

Technická univerzita v Liberci

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A PEDAGOGICKÁ**

**Katedra:** Filosofie

**Studijní program:** Specializace v pedagogice

**Studijní obor:** ČJ – HU

## SROVNÁNÍ ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ COMPARISON OF NEWS REPORTS

**Bakalářská práce:** 13–FP–KFL–229

**Autor:**

Alena CIHLÁŘOVÁ

**Podpis:**

.....

**Vedoucí práce:** PhDr. Stanislava Exnerová

**Konzultant:**

**Počet**

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
61	5		3	19	

V Liberci dne: 10. 9. 2013

## **ZADÁNÍ**

## ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

**Název práce:** Srovnání zpravodajských relací  
**Jméno a příjmení autora:** Alena Cihlářová  
**Osobní číslo:** P09000225

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména § 60 – školní dílo.

Prohlašuji, že má bakalářská práce je ve smyslu autorského zákona výhradně mým autorským dílem.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracoval/a samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

Prohlašuji, že jsem do informačního systému STAG vložil/a elektronickou verzi mé bakalářské práce, která je identická s tištěnou verzí předkládanou k obhajobě a uvedl/a jsem všechny systémem požadované informace pravdivě.

V Liberci dne: 10. 9. 2013

.....  
Alena Cihlářová

## **PODĚKOVÁNÍ**

**Mé poděkování patří PhDr. Stanislavě Exnerové za odborné vedení, cenné rady, vstřícnost při konzultacích, trpělivost a ochotu, kterou mi v průběhu zpracování bakalářské práce věnovala.**

## **ANOTACE**

Bakalářská práce se zabývá porovnáním hlavních zpravodajských relací televize veřejné služby a soukromé televize, především z hlediska výběru zpráv. Autorka se v první části práce věnuje médiím a mediální komunikaci, vymezuje jejich definici, předkládá klasifikaci dle různých kritérií a funkce, které média mají nebo by měla plnit. Stručně charakterizuje zpravodajství a dále se zabývá televizním zpravodajstvím a jeho specifiky. Popisuje kompozici a druhy televizních zpráv, nabízí typologii zpráv z různých hledisek. Pojednává také o procesu výběru zpráv, tzv. gatekeepingu. Ve druhé části autorka porovnává konkrétní zpravodajské relace obou televizních stanic. Mezi sledované faktory patří stopáž relace i jednotlivých zpravodajských příspěvků, druhy televizních zpráv a jejich tematické zaměření. V závěru jsou zformulovány výsledky porovnání zpravodajských relací.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

Média, masová komunikace, masová kultura, masové publikum, zpravodajství

## **ANNOTATION**

The Bachelor Thesis is about comparing of the main news relations in public service television and in private television – primarily regarding the choice of the news. The author devotes to media and media communication, in the first section of work. She presents the classification according to different types of criterion and function which the media should have or do fulfill. She also characterizes the news and cares about television reporting and its specifics. She describes the composition and different kinds of TV-reports; she offers the typology of the news from various points of view. She writes about the process of news-choices, gatekeeping. In the second part, the author compares the concrete broadcasts of both of the TV stations. The monitored factors are: footage of the broadcast as well as the footage of individual reports, kinds of TV news and its thematic orientation. In the end are formulated the results of comparing of news broadcasts.

## **KEY WORDS**

Media, mass communication, mass culture, mass spectators, news

## Obsah

1	Úvod .....	9
2	Média .....	11
2.1	Definice pojmu média .....	11
2.2	Klasifikace médií .....	12
2.3	Funkce médií .....	16
2.4	Masová média .....	18
2.4.1	Veřejnoprávní a soukromá média .....	19
2.5	Vliv médií a jejich moc .....	20
2.5.1	Estetická úprava reality nebo manipulace? .....	22
2.6	Média, společnost a kultura .....	22
3	Zpravodajství .....	24
3.1	Žánr zpravodajství .....	24
3.2	Zpravodajství a publicistika .....	25
3.3	Perspektivy pohledu na zpravodajství .....	26
3.4	Funkce zpravodajství .....	27
3.5	Mediální témata .....	28
3.5.1	Zpravodajské hodnoty .....	28
3.5.2	Výrobní postupy .....	29
3.5.3	Vlivy působící na fungování redakcí .....	30
3.6	Televizní zpravodajství .....	31
3.6.1	Specifika televizního zpravodajství .....	32
4	Zpráva .....	35
4.1	Televizní zpráva .....	35
4.1.1	Kompozice televizní zprávy .....	36
4.1.2	Druhy televizní zprávy .....	36
4.2	Co se může stát zprávou .....	38

4.3	Typologie zpráv .....	38
5	Výběr událostí .....	40
5.1	Etapy gatekeepingu .....	40
5.2	Vlivy na rozhodování gatekeepera.....	41
5.3	Obsah zpravodajství .....	42
6	Srovnání zpravodajských relací.....	43
6.1	Stopáž a počet příspěvků.....	44
6.1.1	Stopáž zpravodajského příspěvku .....	44
6.2	Frekvence druhů televizních zpráv .....	45
6.3	Tematická rovina zpravodajství .....	48
6.3.1	Domácí a zahraniční zprávy .....	50
6.3.2	Hard news a soft news .....	50
6.3.3	Tematické zaměření první a poslední zprávy .....	52
7	Shrnutí .....	56
8	Závěr.....	58
9	Zdroje .....	60
9.1	Knižní zdroje.....	60
9.2	Internetové zdroje.....	61

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1 Průměrná stopáž zpravodajské relace a průměrný počet příspěvků odvysílaných ve zpravodajské relaci. ....	44
Tabulka 2 Průměrná stopáž zpravodajských příspěvků v závislosti na druhu zprávy.....	45
Tabulka 3 Zpravodajská relace ze dne 17. 8. 2013 .....	53

## **Seznam grafů**

Graf 1 Frekvence druhů televizní zprávy- Události .....	46
Graf 2 Frekvence druhů televizní zprávy - Televizní noviny .....	46
Graf 3 Tematické zaměření zpráv v hlavních zpravodajských relacích.....	49
Graf 4 Podíl hard news: soft news.....	51
Graf 5 Tematické zaměření první a poslední zprávy .....	53



# 1 ÚVOD

Žijeme v době, kdy nás média obklopují ze všech stran, aniž bychom si to možná uvědomovali. Média vpouštíme do našeho soukromého života například tím, že čteme každé ráno u snídaně denní tisk, cestou do práce nebo do školy posloucháme hudbu, ať z rozhlasu nebo z MP3 přehrávače, sledujeme televizi, jednou za čas sáhneme po knize či zajdeme do kina, nemluvě o užívání internetu. Ne nadarmo je 21. století, v němž žijeme, označováno jako věk médií. Málokdo si umí představit život bez médií, ačkoli si svou závislost na nich nechce připustit, nebo si ji ani neuvědomuje. Média tvoří neoddělitelnou součást života moderního člověka, hrají v jeho životě, potažmo v životě celé společnosti, velmi významnou roli. Značnou měrou se podílejí na utváření podoby veřejného života společnosti a formují naši představu o světě, společnosti, kultuře, politice a jiných oblastech života.

Média nám nabízejí celou řadu sdělovaných obsahů, ve kterých je někdy těžké se zorientovat, ačkoli je to v dnešní době jedna z podmínek integrace jedince do společnosti. Skrze média se dozvídáme o okolním světě, o životech jiných lidí, o jejich problémech, starostech, ale i úspěších. Opakující se interpretací našeho života napomáhají média socializaci jednotlivce. Skrze média se dozvídáme o normativních a společností přijímaných hodnotách, názorech a postojích, které posléze sdílíme s ostatními.

Média vytvářejí naši představu o světě, jelikož nabízejí celou řadu informací, sdělení a záznamů událostí, kterých jsme se nemohli osobně zúčastnit, vytvářejí tzv. mediální realitu. Interpretují nám určitým způsobem skutečnost a je potom na člověku samotném, do jaké míry bude mediovaným sdělením věřit. Právě informování společnosti o důležitých, užitečných nebo přinejmenším zajímavých událostech doma i ve světě je hlavní funkcí zpravodajství, kterému se budeme v této práci věnovat. Televizní zpravodajství jako produkt masového média disponuje mocí, která spočívá v tom, že dokáže ovlivnit životy i mínění početného, masového publika.

Cílem bakalářské práce je analýza a porovnání hlavních zpravodajských relací veřejnoprávní a soukromé televize z hlediska formálního řazení zpráv. Po dohodě s vedoucím práce bylo téma práce upraveno a srovnání relací se bude týkat oblasti výběru zpráv.

Úvodní část bakalářské práce se věnuje médiím obecně, předkládá definici médií, nabízí jejich klasifikaci dle různých hledisek a zabývá se funkcemi médií, jejich vztahem ke společnosti a kultuře a také jejich již zmiňovanou mocí a vlivem.

Následující část práce se zabývá zpravodajstvím, jeho vymezením oproti jiným mediálním žánrům, a stanovuje požadavky, které jsou na zpravodajství kladeny. Tato část práce obsahuje výklad teorií, které lze použít při klasifikaci pohledů na zpravodajství. Pojednává o funkcích mediálního zpravodajství. Jelikož nás média nemohou informovat o všech událostech, které se udály během dne, zabýváme se v práci faktory, které ovlivňují výběr událostí, jež se stanou zprávou: zpravodajskými hodnotami, výrobními postupy sociálních institucí a vlivy, které působí na chod redakcí.

Tématem práce je srovnání zpravodajských relací veřejnoprávní a soukromé televize, proto je v této části věnován prostor specifikům televizního zpravodajství. Další část se zabývá definicí zprávy, typologií zpráv, kompozicí a druhy televizních zpráv. Poslední část, která se věnuje teorii, se týká výběru událostí.

Náplní praktické části práce je srovnání hlavních zpravodajských relací. Srovnáváme Události (hlavní zpravodajská relace veřejnoprávní televize) a Televizní noviny (hlavní zpravodajský pořad soukromé televize). Mezi porovnávané faktory patří stopáž zpravodajské relace a jednotlivých zpravodajských příspěvků, počet příspěvků v jednom zpravodajském pořadu, druhy televizních zpráv a z nich vyplývající žánrová pestrost relace. Sledujeme tematické složení zpráv. Zajímá nás, zda některá z televizních stanic bude upřednostňovat určitá témata nebo jestli bude každá televize informovat diváky o událostech z jiné kategorie témat. Chceme odpovědět na otázku, která témata jsou zařazována nejčastěji a jestli to souvisí s typem média, které pořad vysílá. Sledujeme podíl domácích a zahraničních zpráv a také podíl zpráv označovaných jako horké novinky (hard news) a doplňující informace (soft news). S tematickým zaměřením zpráv souvisí i poslední sledovaný faktor, kterým je volba tématu první a poslední zprávy. Pro lepší názornost a přehlednost zaneseme výsledky srovnání do grafů a tabulek. V této části práce stanovíme předpoklady, na které chceme odpovědět na základě srovnání analyzovaných relací.

## 2 MÉDIA

### 2.1 Definice pojmu média

Pojem média je i v současnosti, stejně jako v době, kdy se studiem médií na přelomu 20. a 30. let 20. století začali zabývat odborníci z různých oblastí, stále často užívaný, dnes už běžný a řekněme až samozřejmý pojem, ačkoliv jeho význam či definice se značně liší v závislosti na okolnostech, za kterých je termín použit, nebo oborech, ve kterých se s ním pracuje. S pojmem média se můžeme setkat v různých souvislostech a významech.

S pojmem se můžeme setkat ve více oborech, ať už se jedná o fyziku, biologii, výpočetní techniku či teorii sociální komunikace. V této práci budeme s médii pracovat v rámci sociální komunikace, kde se pojmem médium/ média označuje to, „co zprostředkovává někomu nějaké sdělení, tedy médium komunikační.“<sup>1</sup>

Ve Slovníku sociální komunikace se setkáme s touto definicí: „Médium – lat. prostředek; prostředí, to, co zprostředkovává děj.

1. Obecně to, co existuje uprostřed a vzájemně spojuje dvě nebo více stran.
2. Ve fyzikálním významu (od nějž se odvíjejí všechny ostatní významy) označení vlastností látek, které jsou vhodné pro uskutečnění určitých dějů (procesů).
3. Prostředek komunikace/masové komunikace nebo mediální komunikace.“<sup>2</sup>

Podle Schellmanna „slovo „médium“ pochází z latinského přídavného jména „medium“, což znamená „nacházející se uprostřed“, „střední“. Užití pojmu je spojeno s myšlenkou zprostředkování, s myšlenkou soustředění, s myšlenkou nosiče duchovního výrazu, odpoutávajícího se od místa a času“<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. str. 16.

<sup>2</sup>REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. str. 139.

<sup>3</sup>SHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 10.

Zde vidíme, že je možné se s pojmem médium setkat v nejrůznějších významech, může se tedy jednat o:

1. fyzikální podmínky či prostředí, díky nimž probíhá komunikace;
2. typ technologie;
3. kód jako soustavu znaků a pravidel pro jejich používání, ve kterém je sdělení zaznamenáno a uchováno;
4. „typ mediální komunikace jako komplexu tvořeného charakterem prostředí, technologie a komunikátora (např. rozhlas jako médium);
5. typ sociální instituce (souhrn praktik, norem a hodnot, jež média sdílejí, čímž tvoří jednotnou sociální instituci, jejíž součástí se sobě uvnitř podobají a navenek se liší od jiných sociálních institucí);
6. přímo konkrétní mediální organizaci či dokonce její produkty.

V nejužším slova smyslu jsou média prostředky masové komunikace, tj.: a) média tištěná; b) média elektronická; c) média nová.“<sup>4</sup>

V této práci budeme pojem médií chápat jako prostředky masové, mediální komunikace.

## 2.2 Klasifikace médií

Jak vyplývá z předešlé kapitoly, média jsou velice mnohoznačným pojmem. K složitosti tohoto sociálněkomunikačního jevu přispívá proměnlivost pojmu v čase. Média jsou podmíněna společenskou situací, stejně tak jako politikou, kulturou či vývojem moderní technologie. Proto se můžeme setkat s mnoha klasifikacemi a popisy médií dle různých kritérií.

Jiráková a Köpplová nabízejí klasifikaci médií například podle toho:

1. „jaký typ společenských vztahů mají nebo mohou vytvářet či podporovat, čili jakou roli plní média jako společenské instituce“<sup>5</sup>. Dle uvedeného kritéria nabízí rozdělení na média sloužící podpoře interpersonální komunikace, celospolečenské komunikace a síťová média.

---

<sup>4</sup> REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. str. 140.

<sup>5</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. str. 21.

- a. Hovoříme-li o **interpersonální komunikaci**, máme tím na mysli dorozumívání mezi dvěma jedinci, kteří se navzájem vnímají jako individuální osobnosti. Tato kategorie médií umožňuje oboustrannou komunikaci. Jedná se například o korespondenci (ať už ve formě dopisů či v elektronické podobě e-mailu), telefon, telegraf, poselství,...
  - b. V případě **celospolečenské komunikace** probíhá komunikace mezi jedním výchozím bodem, zdrojem komunikace, a neurčitým, leč vysokým počtem cílových bodů, zpravidla heterogenním publikem. Častěji se setkáváme s označením masová média. Oproti interpersonálním médiím, která umožňují vysílání a přijímání sdělení na obou stranách, staví masová média jednoho z účastníků komunikace do role vysílatele/ komunikátora a druhého do role příjemce/recipienta. Těmito médii se rozumí například noviny, časopisy, knihy, film, rozhlas, televizní, kabelové a satelitní vysílání, „stejně jako ekvivalenty těchto „tradičních“ médií v kyberprostoru počítačových sítí, zvláště internetu (internetové verze tištěných periodik, internetové deníky a časopisy, rozhlasové a televizní vysílání po internetu)“<sup>6</sup>.
  - c. Termín **síťová média** vymezují vedle interpersonálních a masových jen někteří autoři. Jsou to taková média, „která je možné je používat jako interpersonální i masová média. Tato média jsou schopna vytvářet nové sociální vztahy tím, že slouží k propojení mnoha bodů s mnoha dalšími body a konstituují tak vztahovou a komunikační síť, přičemž všechny body, které do ní patří, se mohou dostat do role jak podavatelů, tak příjemců (telefonické konference, chat,...).
2. Který smysl lidského vnímání je zaměstnán při práci s nimi, tedy zda se obracejí na:
- a. sluch (rozhlas, telefonický rozhovor);
  - b. zrak (knihy, noviny, časopisy);
  - c. hmat (sdělení psaná Braillovým písmem, exponáty na výstavě);
  - d. více smyslů najednou (televizní program, rodinná videonahrávka).“<sup>7</sup>

<sup>6</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. str. 22.

<sup>7</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. str. 22.

Nebylo by přesné za prostředky komunikace považovat pouze tisk, rozhlas a televizi. Jelikož by komunikace bez určitého média, které ji umožňuje, vůbec neexistovala, můžeme mezi média zahrnout i kódy, které při komunikaci zprostředkovávají sdělení, tedy i přirozený jazyk. Kódy představují **primární komunikační média**. V průběhu dějin lidské společnosti se potřeba komunikace zvyšovala a užití samotného kódu se stalo nedostačujícím. S růstem civilizace se zvyšovala potřeba přenášet sdělení na větší vzdálenost, většímu počtu lidí a v co nejkratším časovém intervalu. Zároveň bylo třeba zaznamenávat sdělení tak, aby bylo možné ho uchovat, a proto se začala rozvíjet **sekundární média**.

„Za komunikační média je proto možné považovat prostředky snažící se o záznam a přenos sdělení; jsou to obrázky (jako u pravěkých nástěnných kreseb v jeskyních), písmo, později tisk a nejrůznější prostředky mechanického, analogového či digitálního nahrávání, stejně jako prostředky snažící se dostat sdělení ke vzdáleným adresátům prostřednictvím posílů (a později pošty jako organizace zajišťující přepravu sdělení), nejrůznějších typů signalizace (např. kouřové signály, vlajkové abecedy) a nakonec i přenosové a vysílací techniky (od telefonu po telemost) a počítačové komunikační sítě.“<sup>8</sup>

Schellmann<sup>9</sup> nabízí klasifikaci médií podle technických kritérií, jejich úlohy v komunikačním procesu, stupně zveřejnění a počtu užití mediálních prvků.

1. Kategorizace médií dle technických rysů, tj. jak jsou využívány technické prostředky vysílačem a příjemcem sdělení.
  - a. V případě **primárních médií** nepoužívá technické prostředky ani jeden z účastníků komunikace. „Oba se omezují na možnosti komunikace dané člověku přírodou, tedy lidský hlas, gestikulaci a mimiku.“<sup>10</sup>
  - b. Pokud technické prostředky užívá jen jedna ze stran, v tomto případě vysílač, hovoříme o **sekundárních médiích**. Jedná se například o noviny, knihy, fotografie, různé signalizace ohněm, kouřem, pomocí stožárů a vlajek atd.

---

<sup>8</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. str. 17.

<sup>9</sup> SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 12.

<sup>10</sup> SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 12.

- c. **Terciální média** uplatňují technické prostředky při komunikaci na obou stranách a samotný přenos sdělení vyžaduje užití techniky. Příkladem terciárního média jsou masmédia jako rozhlas, televize nebo internet.
2. Dělení médií podle jejich úlohy v komunikačním procesu. V závislosti na způsobu přenosu sdělení rozlišujeme média přenosová a transportní a média určená k ukládání a fixování dat.
    - a. Mezi přenosová a transportní média se řadí jako nejpřirozenější lidská řeč, z technických prostředků pak telefon, rozhlas, televize a internet, ale například i média, jejichž sdělení je ukryto ve formě symbolu či již zmiňované signály.
    - b. K médiím sloužícím k ukládání a fixování dat řadíme rukopisy, tiskoviny, fotografie, obrazy, videokazety, CD, databanky, flash disky,...
  3. Rozdělení médií podle stupně zveřejnění. Kritériem pro toto dělení je „počet osob, které mají být osloveny. Můžeme zde rozlišit 4 základní formy komunikace, k nimž se vztahují média“.<sup>11</sup>
    - a. O **interpersonální komunikaci** jsme se zmínili již dříve. Doplňme tedy, že se jedná o komunikaci mezi jednotlivci tzv. „tváří v tvář“ například prostřednictvím lidské řeči, telefonu nebo on-line, jak v soukromém, tak pracovním styku.
    - b. Druhou formou je **komunikace v malé skupině**, kde média umožňují výměnu mezi více osobami ve snaze dojít k určitému rozhodnutí například při týmové práci v zaměstnání.
    - c. **Komunikace v organizacích**. „Zde jsou média velké kooperativní sítě uvnitř podniků, úřadů a jiných organizací.“<sup>12</sup>
    - d. Poslední formou dle této klasifikace jsou **masová média**, která se zaměřují na heterogenní a disperzní publikum. Komunikace je jednosměrná a veřejná, jejím cílem je zveřejňování sdělení.
  4. Kategorizaci médií podle počtu mediálních prvků opíráme o Schellmanna<sup>13</sup>.
    - a. **Monomédia** pracují pouze s jedním médiem (zvuk, obraz) a zaměstnávají jeden smysl příjemce sdělení.

<sup>11</sup> SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 14.

<sup>12</sup> SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 14.

<sup>13</sup> SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 15.

- b. **Duální média** „vytvářejí spojení mezi dvěma mediálními poli“<sup>14</sup>.  
Například audiovizuální prostředky umožňují příjem informací současně sluchem a zrakem (videozáznam, CD, zvukový film).
- c. **„Multimédia** jsou pak spojením více mediálních prvků na společné digitální bázi. Cílem je působit najednou na několik lidských smyslů. To se děje kombinací statických a dynamických mediálních prvků.“<sup>15</sup>

## 2.3 Funkce médií

Při vymezení funkcí médií musíme sledovat více kritérií najednou. Funkce médií nejsou po celou dobu jejich existence stejné. Jelikož se vyvíjí společnost a společně s ní kulturní, sociální, politické a ekonomické podmínky v ní, mění a rozšiřují se funkce médií. „Typologii funkcí médií je nutné vystavět na obecné kategorizaci mediálních aktivit a z té se pokusit vysledovat různé interpretace funkcí médií v rámci těchto aktivit. Existence zpravodajství například dovoluje formulovat domněnku, že jednou z funkcí médií je „poskytovat informace“ čili „pozorovat horizont“.“<sup>16</sup>

Pokud hovoříme o funkcích médií, máme tím na mysli, jaké funkce by média měla plnit a jaké opravdu splňují. Ke každé možné funkci můžeme najít protikladný pohled, co naplnění funkce opravdu znamená. Protikladné názory nazýváme dysfunkce médií.

„Média se aktivně podílejí na formování představ o tom, co by měla dělat (normativní pohled), o tom, co doopravdy dělají (deskriptivní pohled), a koneckonců i o tom, co si lidé myslí, že média dělají (interpretativní pohled).“<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 15.

<sup>15</sup> SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. str. 15.

<sup>16</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 140.

<sup>17</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 141.



Burton a Jiráček<sup>18</sup> vymezují tyto funkce:

1. zábavní funkce;
2. informační funkce;
3. kulturní funkce;
4. sociální funkce;
5. politická funkce.

Britský sociolog médií Denis McQuail<sup>19</sup> rozšiřuje funkce médií podle Lasswella a podle Wrighta o pátou funkci, jíž je získávání (mobilita) a předkládá jako základní funkce médií ve společnosti tyto:

1. informování;
2. korelace;
3. kontinuita;
4. zábava;
5. získávání.

Z vyjmenovaných funkcí vyplývá, že média mají bavit, poskytovat publiku určitý zdroj obveselení, sloužit k uvolnění napětí a odpoutání pozornosti od vážných problémů reality. Zároveň mají média příjemce informovat o stavu okolního světa, a tím mu pomoci utvořit si o něm představu. „Informační funkce médií strukturují publiku určitý pohled na svět a svým způsobem publikum pacifikují.“<sup>20</sup>

Média by měla publiku nabídnout dostatek materiálů, v nichž se odráží kultura, tím ji předávat dál a zajistit tak její kontinuitu. Médii předkládané materiály udržují ve společnosti určitý stav a povědomí o všeobecně přijatelných hodnotách, ale zároveň podněcují vůli po změně. Možnou nevýhodu můžeme vidět v tom, že materiály nabízené médii vytvářejí masovou kulturu, čímž snižují rozmanitost subkultur. Tím, že média interpretují příklady života společnosti, jednání společenských skupin a společenské interakce, přispívají k socializaci jednotlivců, „nabízejí příjemcům představy a vztahy, jejichž pochopení a zvládnutí jim pomáhá úspěšně jednat jako

---

<sup>18</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 141.

<sup>19</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. str. 102-103.

<sup>20</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 142.

členům společnosti“<sup>21</sup>. Osvojení těchto představ a vztahů jako přirozených pomáhá zabránit jinému než nabízenému způsobu chování.

„Příklady slouží jako jistý typ návodu k tomu, čemu se říká „korelace“, tedy ke způsobu, jak si vykládat vztahy mezi jednotlivými událostmi. Slouží k tomu, aby si příjemci dokázali dávat dohromady události a významy a skládat z nich představu o tom, jaká společnost je a co z toho pro ně vyplývá.“<sup>22</sup>

V neposlední řadě média zprostředkovávají publiku dění na politické scéně. Informují o politických událostech, činnostech, projednávaných tématech apod. Napomáhají příjemci pochopit fungování politiky. Zprostředkovávané představy o politice poskytují iluzi podílení se na politických procesech. Tato představa jim „ale ve skutečnosti vnucuje autoritu těch, kteří o jejich životech rozhodují, aniž jsou v tomto konání jakkoliv zpochybňováni. Média jsou schopna mobilizovat veřejné mínění. To znamená, že jsou schopna přilákat pozornost k něčemu, o čem veřejnost dosud nepřemýšlela, a dokážou naznačit způsoby, jak na příslušné téma nahlížet. Tím jsou média také schopna formovat názory na politické události a témata“<sup>23</sup>.

Mezi funkce médií můžeme zařadit propagandistickou, agitační funkci například v době války nebo voleb.

## 2.4 Masová média

Masová média neboli hromadné sdělovací prostředky, jsou specifickou částí médií. Pojmy masová média a masmédia pocházejí z anglického mass media. „Masovými médii se rozumí komunikační prostředky a instituce, které dokáží velkokapacitně vyrábět sdělení veřejného charakteru a distribuovat je směrem k rozptýlenému, rozmanitému a individuálně neurčenému publiku.“<sup>24</sup> O masové komunikaci jsme již hovořili, masová média jsou tedy prostředkem přenosu informací tohoto typu komunikace. Zároveň můžeme za masová média považovat instituce, které

---

<sup>21</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 142.

<sup>22</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 143.

<sup>23</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 143.

<sup>24</sup> URBAN, Lukáš - DUBSKÝ, Josef - MURDZA, Karol. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. str. 48.

tyto informace nabízejí příjemcům. Tedy „organizace, které zaměstnávají žurnalisty a podílejí se na tvorbě a procesu žurnalistických sdělení.“<sup>25</sup>

Podle Jiráka a Köpplové „se jedná o historicky a společensky podmíněné formy sociální komunikace, jejichž společným charakteristickým rysem je to, že:

- a) díky technickým, organizačním a distribučním možnostem jsou dostupné neomezenému počtu adresátů/uživatelů a využívány jejich velkým počtem;
- b) nabízejí těmto uživatelům obsahy, které pro ně mohou být z různých důvodů (pro poučení, orientaci ve světě, návody na jednání i jako zdroj zábavy) použitelné;
- c) tyto obsahy nabízejí průběžně nebo pravidelně;
- d) na zájmu a potřebách uživatelů namnoze závisí samotná existence těchto forem“<sup>26</sup>.

Kunczik<sup>27</sup> uvádí devět kritérií, podle nichž můžeme definovat masovou komunikaci, potažmo masová média. Kromě již zmíněných pravidelně nebo průběžně nabízených obsahů, které jsou produkovány organizacemi, jež vlastní dostatečné vybavení pro tuto produkci, neomezenému počtu příjemců, na jejichž zájmu závisí samotná existence těchto forem, hovoří navíc o krátkodobosti nabízených materiálů, které jsou produkovány veřejně a jednosměrně (mezi adresátem a příjemcem existuje asymetrický vztah) anonymnímu adresátovi.

Jako masová média můžeme označit souhrnně tisk (noviny, časopisy, knihy, letáky,...), rozhlas, televizi, film, různé formy obrazových a zvukových materiálů, které jsou hromadně šířeny. Podle uvedených příkladů můžeme tvrdit, že se jedná o druhově rozmanité prostředky komunikace, které jsou ale „obsahově univerzální, mají velkou polaritu a jsou v zásadě veřejné povahy“<sup>28</sup>.

#### **2.4.1 Veřejnoprávní a soukromá média**

V současnosti se na trhu masových médií setkáváme se dvěma základními typy médií, a to soukromými a veřejnoprávními. V České republice můžeme uvést jako příklad soukromého média v oblasti televizního průmyslu TV Nova, FTV Prima a jako veřejnoprávní Českou televizi.

<sup>25</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 27.

<sup>26</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. str. 21.

<sup>27</sup> KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 1995. str. 17.

<sup>28</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. str. 21.

Jak už z názvu vyplývá, soukromá média nejsou ovlivňována státem, jako každá jiná firma se při své práci orientují na zisk a jsou financována především inzerenty. Soukromá, nebo také komerční média, jsou závislá na své sledovanosti. Platí zde úměra, čím větší je sledovanost, tím dražší je reklamní prostor a tím více peněz získají média pro své fungování. Za účelem přilákat co nejširší publikum, musí média přizpůsobovat své obsahy tak, aby zaujala co nejvíce diváků. V praxi tak dochází ke komercionalizaci obsahu médií. „Někdy také označujeme obsah komerčních médií za mainstreamové - středoproudové sdělení“<sup>29</sup>, které neprovokuje, ale zároveň ani nepřináší nic nového, nemá veliký význam a ani od příjemce sdělení nevyžaduje hlubší zamyšlení.

Hlavním úkolem veřejnoprávních médií není dosáhnout největšího zisku, ale „poskytovat služby veřejnosti. Vysílaná sdělení by měla být orientačním bodem pro všechny členy společnosti a měla by je podporovat v jejich integraci. Stejně tak by veřejnoprávní média měla poskytovat prostor, který je fórem pro veřejnou diskusi, a nabízet rozmanitá a především pluralitní témata. Důležitým znakem veřejnoprávních médií je nestranné a nezávislé zpravodajství, informace a komentáře. Mezi veřejnoprávní média v Česku řadíme Českou televizi, Český rozhlas a Českou tiskovou kancelář.“<sup>30</sup>

Podle zaměření médií lze mediální prostředí rozdělit na média seriózní a bulvární. „Seriózní média kladou hlavní důraz na objektivitu, důkladnou analýzu a přinášejí informace v širším kontextu.“<sup>31</sup> Oproti tomu bulvární média se orientují na emoce a aktuální zprávy, u kterých klesá postupem času význam.

## 2.5 Vliv médií a jejich moc

O vlivu médií pojednávají tři teorie. První z nich tvrdí, že média nemají žádný vliv. Tato teorie je už prakticky opuštěna. Druhá teorie, pocházející z 60. let uznává určitý vliv médií, který se ale netýká vytváření tendencí. Veliký vliv médií přiznává třetí teorie, z období 70. a 80. let. „Její zastánci jsou přesvědčeni, že média bezostyšně deformují skutečnost a konstruují tzv. mediální realitu, která má zpětný vliv na utváření reality skutečné.“<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 28.

<sup>30</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 28.

<sup>31</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 28.

<sup>32</sup> VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. str. 11.

Nelze tvrdit, že se jedná o úmyslnou manipulaci, jde pouze o úpravu skutečnosti, jež vzniká vytvářením událostí, výběrem informací, které se stanou událostmi, o nichž se bude a má hovořit. Důvodem může být stanovená dávka informací v určitém časovém rozmezí. V úvahu je třeba vzít i ekonomické hledisko zpráv. V tomto oboru jsou obchodním artefaktem právě novinky, zprávy a každé médium se snaží získat je dříve nebo stejně rychle jako konkurence. Média musí naplnit divákovo očekávání, které není vždy v souladu s dostupnými zprávami, jež má redakce z vlastních zdrojů či z agentur k dispozici.

Média hrají v lidské existenci velmi významnou roli, jež se postupem času stále zvyšuje. Skrze ně se dozvídáme o okolním světě. Média nám zprostředkovávají realitu, u níž nemůžeme z různých důvodů být, abychom ji viděli na vlastní oči. Interpretují nám svět, společnost, děje, vztahy a hodnoty. Všechno je to ale pouze interpretace. Tvůrci vybírají, co nebo kdo je důležitý, zaznamenání a zveřejnění hodný. Ukazují lidem, jak mají žít, jak se k sobě navzájem chovat, jak si vytvářet vztahy k ostatním. Kde má člověk místo ve společnosti. Jak je na tom v porovnání s ostatními dobře nebo špatně,... Média se značnou měrou podílejí na socializaci jedince. Ukazují mu jeho místo ve společnosti. Tím jak formují jedince, vytvářejí podobu společnosti a tím i vztahy v ní. „V moderních společnostech se stala podstatným nástrojem šíření (prosazování a upevňování) sociálních norem a hodnot právě média. Média - zřejmě - dokážou vytvářet a formovat to, co se jedinec dovídá o světě, a mohou být hlavním zdrojem myšlenek a názorů, jež se k němu dostávají. Média dokážou ovlivnit jednání a uvažování lidí.“<sup>33</sup> Dobrým příkladem je reklamní kampaň, která využívá více typů médií najednou, aby tak opakováním posílila každé sdělení.

Kromě společenského vlivu je nezanedbatelná ekonomická moc médií. V mediálním průmyslu je zaměstnáno mnoho lidí, a pokud k tomu ještě připočteme zaměstnance, kteří se na něm podílejí nepřímo (výrobci technického a jiného vybavení potřebného pro provoz médií), dostaneme se k velmi vysokému číslu. Příjmy a výdaje médií se pohybují v řádech miliard.

---

<sup>33</sup> BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. str. 23.

### 2.5.1 Estetická úprava reality nebo manipulace?

Podle Vágnera „je ve skutečnosti svět médií podřízen podobné strategii a podobným zájmům jako svět reklamy. V obou případech nejde o skutečnost, ale o její obraz. Média a reklamní agentury soustavně vytvářejí a budují „své“ publikum a „svůj“ obraz světa. Snaží se dosáhnout toho, aby jejich konzument chtěl to, co mu předkládá; dokonce jen to, co se mu předkládá, protože také jen tomu dobře rozumí.“<sup>34</sup>

Novinářům nestačí pouze podávat informace, snaží se zjistit, co vlastně divák chce, jaké jsou jeho zájmy, kterou informaci ocení. Díky průzkumům ani zpravodajství nezařazuje do své relace všechny události, které se staly, ale především ty, které předpokládá, že budou diváka nejvíce zajímat a bavit. Zpravodajství je pod tlakem několika vnějších vlivů, mezi něž patří hlavně politika, ekonomika a inzerce, ač se předpokládá, že v demokratické společnosti jsou média svobodná a vůči politice imunní. Politickým tlakům více podléhají spíše veřejnoprávní média a ekonomickým převážně komerční instituce, přesto tyto vazby nelze tak jednoduše oddělit.

„Jakákoli informace ve zprávách je v prvním plánu zajímavost, ve druhém potenciálně využitelná informace a ve třetím, nehlouběji, potvrzení o stavu světa.“<sup>35</sup> Potvrzuje ostatní sdělení, a proto mohou vedle sebe v jedné zpravodajské relaci existovat na první pohled naprosto nesouvisející témata, nejen z důvodu pestrosti a tím pádem vyšší sledovanosti, ale jelikož potvrzují stav světa. Zprávám věříme, jednoduše proto, že do sebe informace zapadají, a také proto, že si myslíme, že alespoň malou část informací si můžeme někde ověřit.

## 2.6 Média, společnost a kultura

Média jsou neoddělitelnou součástí společnosti a kultury, bez nich by nemohla existovat, „jsou jimi ovlivňována a sama je ovlivňují“<sup>36</sup>. Jelikož jsou média schopna nabídnout téměř totožná sdělení vysokému počtu příjemců najednou, podílejí se na formování projevů kultury dané společnosti. Důsledkem působení masových médií byl vznik a rozvoj tzv. masové kultury. „Média jsou schopna z malého počtu zdrojů sdělovat stejné či obdobné obsahy velkému počtu příjemců (masám) a podle všeho tak

<sup>34</sup> VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. str. 16.

<sup>35</sup> VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. Str. 19.

<sup>36</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. str. 55.

ovlivňovat jejich intelektuální, estetické, zábavné a volnočasové projevy. Přitom nedochází k fyzickému sblížení příslušníků těchto mas.“<sup>37</sup>

„V nejobecnější rovině jsou masová média považována za ustavené společenské instituce s vlastní svébytnou množinou pravidel a postupů, která j ale v celém rozsahu svých činností určována a omezována společností, v níž působí. Z toho vyplývá, že masová média jsou v podstatě závislá na „společnosti“, zvláště na institucích, jež představují a vykonávají politickou a ekonomickou moc. Je ovšem zřejmé, že sama média mohou mít na tyto instituce vliv.“<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. str. 56.

<sup>38</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. str. 22.

### 3 ZPRAVODAJSTVÍ

„Když Michael Schudson, přední americký historik zpravodajství, hledá počátky zpravodajství, klade je do počátků utváření lidských pospolitostí.“<sup>39</sup> Základy zpravodajství proto můžeme pozorovat ve starověku, jelikož už tehdy měl člověk potřebu být informován o změnách ve světě, které by mohly ovlivnit život jedince nebo celé společnosti, ať se jednalo o ekonomické změny, politické události, nebo nějakým způsobem atraktivní zprávy z blízkého či vzdáleného okolí.

Podle Encyklopedie praktické žurnalistiky je zpravodajství „označení jedné ze základních novinářských činností a zároveň i produktu této činnosti. Zpravodajství stojí na informacích a faktech, které vyhledává, shromažďuje, třídí, vybírá, interpretuje a předává prostřednictvím médií recipientům. Zpracovává rozmanité a společensky podstatné informace odrážející myšlenkovou pluralitu společnosti a slouží veřejnosti k utváření vlastních názorů.“<sup>40</sup>

Zpravodajstvím se rozumí stádium přípravy (hledání) a výběr informací, které se mohou stát zprávou a jejich následné zpracování a sdělení prostřednictvím mediálních prostředků. „Mělo by zprostředkovat rozmanité a společensky podstatné informace, odrážející myšlenkovou mnohoznačnost té které události. Jedním z jeho funkcí je poskytnout veřejnosti dostatek podnětů k utváření vlastních názorů a stanovisek.“<sup>41</sup>

Zpravodajství by mělo být „přesné, vyvážené, nepředpojaté a poctivé jak při výběru, tak při ztvárnění a následné prezentaci, nestranné, ověřené přinejmenším ze dvou nezávislých zdrojů, aktuální, včasné, jasné a srozumitelné.“<sup>42</sup>

Zpravodajství nabízí informace „o rozmanitých událostech, které by mohly být pro příjemce důležité, užitečné - nebo alespoň zajímavé“<sup>43</sup>.

#### 3.1 Žánr zpravodajství

„Zpravodajství jako žánr se často definičně vymezuje vůči jiným, nejčastěji fiktivním mediálním žánrům.“<sup>44</sup> Rozlišení žánru je důležité jak pro producenty médií,

---

<sup>39</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 9.

<sup>40</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - HALADA, Jan. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. str. 214.

<sup>41</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 21.

<sup>42</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 21.

<sup>43</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 23.



z hlediska rozdílného druhu etiky, tak pro diváky, jimž poskytuje vodítko, jak vnímat obsah zpravodajství. „Jde o jeden z mála žánrů, který je pro média téměř vždy původní, nepřejatý, vytvářený přímo v mediální organizaci, která ho zveřejňuje. Z výzkumu obsahu zpravodajství tak můžeme vyvozovat hodnoty, které konkrétní médium zastává.“<sup>45</sup>

„Zpravodajství se prezentuje jako reflexe aktuální reality. Zprávy se staví jako pro nás důležité, protože jejich účelem je reprezentovat svět, „svět venku“. V mnoha případech se zpravodajství skutečně stává hlavním či jediným zdrojem informací o společenských jevech a událostech, se kterými nemají publika možnost bezprostředního kontaktu.“<sup>46</sup>

### 3.2 Zpravodajství a publicistika

Během dlouholetého vývoje masových médií, počínaje vznikem tisku, později vznikem a rozvojem dalších médií, mezi něž jsme zařadili rozhlas, televizi, internet a další média, se začaly projevovaly odlišnosti mezi zpravodajskými a publicistickými projevy. Podle Osvaldové má zpravodajství „především funkci informační a definiční, snaží se aktuální události bez prodlení zachytit, popsat a předat (za pomoci technických prostředků) různě diferencovanému publiku“<sup>47</sup>. Zpravodajství, jelikož pracuje s fakty, které se staly v (většinou nedávné) minulosti, musí s jejich předáním (uveřejněním) veřejnosti spěchat.

Oproti tomu publicistika se zabývá hledáním souvislostí, nabízí názory na událost, komentuje ji, naznačuje východiska, zaujímá stanoviska, vyslovuje soudy k (většinou) již známým faktům. Publikování názorových materiálů publicistiky, které se mohou vztahovat k události, jež se stala, stejně tak jako k myšlence (i duchovní povahy) není urgentní. „Na rozdíl od zpravodajství, kde převládají empiricko-induktivní postupy, jde v publicistice o přístup abstraktně deduktivní...Vztah mezi zpravodajstvím a publicistikou je vztahem mezi faktem a názorem na něj.“<sup>48</sup>

---

<sup>44</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 11.

<sup>45</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 12.

<sup>46</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 12.

<sup>47</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 14.

<sup>48</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 14.

### 3.3 Perspektivy pohledu na zpravodajství

Na zpravodajství lze nahlížet z různých hledisek. McQuail rozlišuje minimálně „čtyři typy teorií, jež jsou využitelné v oblasti masové komunikace“<sup>49</sup>, a tudíž i při klasifikaci pohledů na zpravodajství. Jedná se o sociálněvědní, normativní, provozní a každodenní teorie.

1. Každodenní (intuitivní) teorie pracují s představami všech uživatelů médií o fungování médií a zpravodajství. Jedná se převážně o předsudečné nebo stereotypní představy, které nejsou nijak podloženy odbornou znalostí potenciálních příjemců sdělení, ale vycházejí z jejich vlastní každodenní zkušenosti s médii. Tyto teorie užívání médií nám pomáhají konat logická rozhodnutí, formovat vkus, zaujímat stanoviska a činit soudy. Díky intuitivním teoriím jsme schopni „pochopit, co se děje, jak médium zapadá do našeho každodenního života, jak bychom měli jeho obsah číst podle záměrů podavatele, a jak jej skutečně číst chceme, jaké jsou rozdíly mezi jednotlivými teoriemi, jednotlivými typy obsahů, a mnoho dalších okolností“<sup>50</sup>. Umožňují nám „číst mezi řádky“, rozlišovat realitu od fikce, a tím zpětně působí na vliv médií a jejich nabídku sdělení.
2. Za protiklad každodenní teorie, ve smyslu vědecky podloženého a objektivního studia médií, můžeme považovat teorie sociálněvědní, jež nabízejí „obecná tvrzení o povaze, fungování a účincích masové komunikace“<sup>51</sup>. Vztáhneme-li teorii na zpravodajství, můžeme si dovolit tvrdit, že se jedná o systematický výzkum, jenž odkrývá informace o zpravodajské produkci, obsahu zpravodajství, včetně jeho užití, či dopadu na příjemce.
3. Normativní teorie fungování médií se věnují studiu správného chování médií a ustanovují ho, převážně na základě aplikování sociálních a kulturních norem. Výsledkem těchto teorií jsou „různé etické kodexy, legislativní úpravy regulace médií, ale i obecné představy veřejnosti o tom, jak mají vypadat objektivní a nestranné zprávy“<sup>52</sup>. Tímto zjištěním docházíme k názoru, že část každodenní teorie má normativní náboj. S normativními teoriemi se setkáváme při studiu žurnalistiky i při odborném studiu médií.

---

<sup>49</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. str. 24.

<sup>50</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. str. 25.

<sup>51</sup> MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. str. 24.

<sup>52</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 13.

4. Provozní teorie studují fungování médií „uvnitř“ většiny mediálních organizací. „Vztahují se k praktickým představám spojeným s výkonem mediálních profesí a jejich nositeli jsou ti, kdo se na mediální produkci podílejí.“<sup>53</sup> Mezi teorie, které se zabývají provozem médií, můžeme zařadit poznatky týkající se profesních znalostí (které jsou součástí studia žurnalistiky) a postupů vytváření mediálních sdělení. Ve zpravodajství se konkrétně jedná o soubor praktických poznatků, které napomáhají při výběru zpráv, jejich tvorbě a uspořádání, uspokojení nároků publika na zpravodajství, ale také o přípravu dalších profesí, které se na produkci zpráv podílejí.

Michael Schudson vymezuje v rámci sociálněvědních teorií další „tři základní přístupy: přístup politické ekonomie, sociologie a kulturních studií“<sup>54</sup>.

Z pohledu politické ekonomie souvisí výsledky procesu zpravodajské tvorby s politikou a ekonomickou strukturou daného státu. Na podobu výsledných mediálních obsahů mají vliv mocenské vztahy, které podléhají analýze ze sociálního a ekonomického pohledu. Politická ekonomie se soustřeďuje na to, jak jsou mediální organizace ovlivněny politickými a vlastnickými vztahy. Zabývá se rozborů vlastnických struktur, kontrolou a řízením médií.

Sociologický přístup se orientuje na „studium organizace práce, výkonu povolání zpravodaje a profese novinářů a na podíl zpravodajství na sociální konstrukci ideologie“<sup>55</sup>.

„Kulturní přístup zdůrazňuje zasazení produkce i recepce zpráv do veškeré kulturní (symbolické) produkce daného společenství, jinými slovy poukazuje na to, čím je konečná podoba zpráv a jejich interpretace kulturně podmíněna, v čem je možné zprávy chápat jako součást symbolického prostředí.“<sup>56</sup>

### **3.4 Funkce zpravodajství**

Mediální zpravodajství, jako sociální instituce, by mělo splňovat určité funkce. Primární funkcí zpravodajství je informovat veřejnost o dění ve světě. Další podstatnou funkcí je „udržování kontinuity existence společnosti, vytváření společenského

---

<sup>53</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 13.

<sup>54</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 14.

<sup>55</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 15.

<sup>56</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 15.

konsenzu a plnění funkce korelace (tj. tím, že zpravodajství dává události do souvislosti) a v neposlední řadě utváření společné identity<sup>57</sup>. Zpravodajství můžeme „vnímat jako kontinuální resocializační činitel“<sup>58</sup>, jelikož se zásadní měrou podílí na určování toho, kdo nebo co je ve společnosti důležité. V rámci sociálního systému určuje, co je normativně správné a žádoucí, tím pádem ukazuje, jaké činnosti, názory a postoje jsou porušením těchto zvyklostí, které společnost vyznává, popřípadě jaké potrestání hrozí při jejich nedodržení.

„Zprávy nám mají pomáhat orientovat se ve světě, zvažovat naše možnosti v dalším životě, pomáhat nám rozhodovat se v roli voličů a podobně.“<sup>59</sup>

### 3.5 Mediální témata

Média nemohou informovat o všech událostech, které se během dne staly. Ať už je důvodem nedostatek prostoty v médiích, nebo i fakt, že novinář/zpravodaj je také jen člověk a není schopen podchytit všechna témata. Můžeme říci, že publiku je prezentována jen část každodenních událostí. O nabízených tématech nerozhoduje pouze ráz události nebo typ média (komerční × veřejnoprávní, seriózní × bulvární). „Velký podíl na výběru mediálních témat mají především tři faktory, jimiž jsou zpravodajské hodnoty, výrobní postupy a vlivy působící na fungování redakcí.“<sup>60</sup>

#### 3.5.1 Zpravodajské hodnoty

„Zpravodajské hodnoty jsou kritéria, která ve společnosti a daných sociálních a kulturních podmínkách rozhodují o zařazení informací ke zveřejnění v médiích.“<sup>61</sup> Podle Trampoty se pojmem zpravodajské hodnoty „označují vlastnosti, kterými musí událost disponovat, aby se mohla stát zprávou (někdy se také mluví o „zpravodajské hodnotě“ jako souhrnné kvalitě události a o jednotlivých vlastnostech, z nichž se tato celková zpravodajská hodnota skládá jako o „faktorech zpravodajské hodnoty“)<sup>62</sup>. Zpravodaj se bude o událost zajímat, až pokud bude splňovat dané podmínky. Zpravodajské hodnoty ovlivňují i způsob práce s událostí. Jelikož je v současnosti

---

<sup>57</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 10.

<sup>58</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 10.

<sup>59</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 24.

<sup>60</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 29.

<sup>61</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 29.

<sup>62</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 26.

společnost zahrnuta obrovským množstvím informací, slouží zpravodajské hodnoty také „jako indikátor, zda informace publikum osloví“<sup>63</sup>.

Konceptu zpravodajských hodnot se věnovala řada vědců a mediologů. „V empirickém výzkumu se jim jako první věnovali v polovině 60. let 20. století severští badatelé Mari Rugeová a Johann Galtung.“<sup>64</sup> K seznamu dvanácti zpravodajských hodnot došli analýzou tištěného zahraničního zpravodajství. „Na každé úrovni výběru se navíc uplatňuje princip selekce (čím více zpravodajských hodnot událost naplňuje, tím spíše se stane zprávou) a princip deformace (hodnoty, které byly důvodem výběru, jsou při zpracování příběhu zdůrazňovány).“<sup>65</sup>

Podstatně méně hodnot (pět) bylo výsledkem „studie autorů Westerstahla a Johanssona, kteří analyzovali zprávy napříč mediálními typy“<sup>66</sup>. Za rozhodující zpravodajské hodnoty při výběru událostí do zpráv považují: důležitost, blízkost (geografickou, obchodní, kulturní), dramatičnost, přístup, ideologii.

Němec Kaspar von Stieler definoval „čtyři základní faktory pro výběr zpráv: důležitost, blízkost, dramatičnost a negativita“<sup>67</sup>. V průběhu času se proměňuje společnost, a jelikož ji zpravodajské hodnoty odrážejí, mění se i ty. Tím pádem přibyla další kritéria pro výběr zpráv, která jsou odborníky označována jako „další zpravodajské hodnoty: novost, překvapivost, osobní zaujetí, konflikt, vztah k celebritám, podobnost se staršími zprávami“<sup>68</sup>.

### 3.5.2 Výrobní postupy

Zpravodajství má nabízet aktuální, „čerstvé“ informace, a proto se může zdát na první pohled nenaplánovatelné. Realita je ale poněkud jiná. V mnoha organizacích, nejen mediálních, se využívají zažitě výrobní postupy, které usnadňují práci a přispívají k ekonomičtější produkci. „Žurnalisté využívají řady zažitých způsobů, jak obsah zpravodajství „předpřipravit“. Události, které považujeme za neočekávané, se nestávají každou hodinu. Jsou tedy mimořádné a pro jejich zpracování existují ve zpravodajství jiné zažitě výrobní postupy. Ostatní běžné události (a těch je většina) se však dají s velkou

---

<sup>63</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 29.

<sup>64</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 26.

<sup>65</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 26.

<sup>66</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 26.

<sup>67</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 29.

<sup>68</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 30.

přesností predikovat. Jen je potřeba pozorně sledovat jejich průběh.“<sup>69</sup> Výběr událostí, které se dostanou do zpravodajství je ovlivněn samotným typem média a mediální organizací. Velký podíl na výběru témat má předpokládaný význam zprávy pro publikum a časová náročnost zpracování tématu. S časem souvisí jeden z rutinních mediálních postupů a tím je uzávěrka. Některé události se do zpravodajské relace nedostanou jednoduše proto, že přišly po uzávěrce, a objeví se proto až v další relaci. Časové omezení může mít někdy (bohužel) vliv na kvalitu zpracování zprávy.

### **3.5.3 Vlivy působící na fungování redakcí**

„V neposlední řadě o výběru témat zpravodajství rozhodují vnitřní a vnější vlivy, ovlivňující chod redakcí. Zásadním vnitřním vlivem ovlivňujícím obsah publikovaných sdělení mediální instituce je vliv vlastníka“<sup>70</sup>, kterým může být jedinec či instituce. Činnost mediální organizace je přizpůsobena cíli, dosáhnout co nejvyšších zisků z podnikání. Ačkoli se vlastník podílí na chodu a fungování redakce nepřímo, rozhoduje o důležitých věcech, jako je jmenování šéfredaktora a redakční rady, počet zaměstnanců, dále o komerčních a technických podmínkách distribuce a fungování média na trhu. Můžeme si dovolit tvrdit, že tímto způsobem podstatně ovlivňuje výslednou podobu mediálního celku.

Mezi vlivy, které ovlivňují chod redakce uvnitř, patří samozřejmě její zaměstnanci. Záleží na jejich schopnostech a dovednostech, přístupu k práci, jejich počtu a složení (poměr interních a externích pracovníků). „Nezanedbatelným vnitřním vlivem jsou také finanční a materiální zdroje mediální organizace a její používané technologie.“<sup>71</sup>

„Jak ukazují dosavadní poznatky zkoumání produkce zpráv, média jsou při výběru událostí směřována i jinými potřebami než snahou vybrat nejdůležitější a aktuální děje, ke kterým ve společnosti dochází. Média také usilují o získání a udržení pozornosti patričního množství příjemců. Zároveň disponují omezeným množstvím finančních (i jiných) zdrojů a jsou tak nucena splňovat určité rutinní postupy při sběru informací o událostech.“<sup>72</sup>

Televizní zpravodajství má svá specifika, která se odrážejí i v případě výběru událostí do zpravodajské relace. Jelikož je televize médiem audiovizuální, upřednostňuje události, ke kterým může nabídnout divákovi dostatečný a atraktivní

---

<sup>69</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 30.

<sup>70</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 32.

<sup>71</sup> POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. str. 32.

<sup>72</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 22.

obrazový materiál. „Vliv této skutečnosti může být patrný zejména u zahraničního zpravodajství, kdy spektrum výběru záběrů dodávaných agenturami může být silně limitující. Televizní zpravodajství má také silný sklon zařazovat zprávy, u nichž může využít přítomnosti svého vlastního redaktora na místě události.“<sup>73</sup>

### 3.6 Televizní zpravodajství

Podle Lokšíka „zpravodajství tvoří páteř vysílání každé seriózní televize. Patří k základním stavebním kamenům programového vysílacího schématu, protože je jedním z mála živě vysílaných pořadů s neměnným umístěním a pevně stanoveným začátkem a koncem v časové ose programu. Jeho význam potvrzuje i skutečnost, že televizní stanice zpravidla zařazují hlavní zpravodajské relace na úvod nejsledovanějšího bloku večerních pořadů (tzv. prime time).“<sup>74</sup>

Televizní zpravodajskou produkci můžeme klasifikovat dle různých hledisek. Lokšík nabízí tuto klasifikaci: „z hlediska územního pokrytí lze televizní zpravodajství rozdělit na celoplošné (celostátní), regionální, lokální; podle tematického zaměření na zpravodajství všeobecné, domácí, zahraniční, ekonomické, sportovní, meteorologické, dopravní apod. Sociodemografické hledisko se uplatňuje ve speciálních zpravodajských relacích určených menšinovým nebo přesně vymezeným cílovým skupinám diváků (např. zpravodajství vysílané ve znakové řeči)“<sup>75</sup>.

Tato práce se zabývá srovnáním hlavních zpravodajských relací veřejnoprávní a komerční televize. Hlavní zpravodajství bývá zařazováno na začátek prime timu a informuje diváky o událostech celého dne prostřednictvím příspěvků o domácích i zahraničních událostech. Hlavní zpravodajské relace „se skládají z původních obrazových zpravodajských příspěvků, přejatých agenturních audiovizuálních materiálů z výměnné sítě, telefonátů a předtočených nebo přímých vstupů zahraničních zpravodajů a reportérů z místa události, které jsou uváděny a doprovázeny živým slovem moderátorů ze zpravodajského studia. Mají ustálenou formální a grafickou podobu, jednotné barevné pojetí dekorace i hudebně vizuálního řešení hlavní znělky,

---

<sup>73</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 27.

<sup>74</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 79.

<sup>75</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 79.

předělů, upoutávek, titulků /headlines/ a dalších efektů, při nichž je využito předností počítačové techniky“<sup>76</sup>.

### 3.6.1 Specifika televizního zpravodajství

Televize, jako příklad masmédia zaměstnává zrak a sluch recipientů/televizních diváků. Ke komunikaci dochází „prostřednictvím kombinace pohyblivých obrazů, zvuků a mluveného slova, která je zatím nejpřirozenějším a nejkompexnějším smyslovým zprostředkováním informací o okolním světě“<sup>77</sup>. Kombinace těchto prvků určuje následné zacházení s informací, její interpretaci i její správné dekodování divákem. Lokšík označuje tento způsob práce žurnalistů s informací „myšlením a vyprávěním v obrazech“<sup>78</sup>. Z tohoto důvodu musí televizní zpravodajství užívat odlišné výrazové a vyjadřovací prostředky než například rozhlasové či novinové zpravodajství. Užívané prostředky Lokšík „metodicky rozděluje do dvou částí: na složku obrazovou a složku zvukovou. Jejich organizace a kompoziční uspořádání do účelné zpravodajské struktury se uskutečňuje průběžně ve všech fázích realizace jednotlivého příspěvku a vrcholí kompletací v procesu stříhové montáže nebo celkové skladby televizní zpravodajské relace.

Obrazovou složku tvoří následující typologie statických a kinetických vizuálních prvků: všechny druhy a nosiče obrazového záznamu (fotografie, film, video, digitální formy obrazového signálu, přímý přenos), syntetická počítačová grafika (včetně trikových efektů, animace a virtuální reality), dekorace a psaný text v nejrůznějších podobách.

Zvuková složka je ve zpravodajských sděleních zastoupena převážně mluveným slovem (čtený text ve formě komentáře, synchronní výpověď jako monolog nebo jako dialog v rozhovoru, „stand up“, asynchronní promluvy apod.) a reálnými zvuky a ruchy prostředí, méně už hudbou a tichem.“<sup>79</sup>

Mezi výrazové prostředky lze zařadit i paralingvistické prvky, doprovázející mluvenou řeč (rás, intenzita, tempo, styl, tón mluvy, pauzy v řeči,...) a neverbální

<sup>76</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 80.

<sup>77</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 73.

<sup>78</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 73.

<sup>79</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 74.



prvky komunikace (mimika, gesta, držení a pohyby těla, výraz obličeje, volba oblečení, atd.).

„Určujícím znakem audiovizuálního vyjadřování je změna a pohyb zachycený v časovém úseku záběru. Záběr tvoří základní stavební jednotku obrazu a je nositelem jeho obsahového významu. Charakter záběru je dán jeho vlastnostmi, velikostí a funkcí, kterou plní vzhledem k zobrazované skutečnosti.“<sup>80</sup>

Zpravodajské příspěvky, potažmo celá zpravodajská relace, sestává z jednotlivých záběrů, které na sebe pomocí střihu a obrazové montáže navazují a vyjadřují časovou i dějovou kontinuitu sdělení, k čemuž je použito vlastních postupů. „Princip vizuální kontinuity, obecně platný pro audiovizuální sdělování, se v konstrukci televizního zpravodajského příspěvku uplatňuje prostřednictvím sekvence tří záběrů, tzv. záběrové triády- celek- polocelky- detail. Celky plní informačně orientační funkci a odpovídají na otázku, kde událost probíhá. Polocelky představují přechod mezi celkem a detailem. Identifikují hlavní subjekty události, konkretizují vztahy mezi nimi a soustřeďují se na jejich akci. Odpovídají na otázku kdo je činitelem a co je nositelem události. Detaily dokumentují, jak k něčemu došlo a proč se to stalo. Mají silný emoční a dramatizační účinek.“<sup>81</sup>

Pro televizní zpravodajství, respektive téměř pro celou televizní produkci je klíčové spojení obrazu a zvuku. Lokšík říká, že „obraz a mluvené slovo by měly společně s reálnými ruchy prostředí vytvářet rovnocenný funkční celek, měly by se vzájemně organicky doplňovat, aby zvuk dostal smysl na základě obrazu a obraz dostal další význam, než jaký by měl sám o sobě. Od zpravodajského příspěvku v televizi se požaduje, aby byl stručný, věcný, hutný, jasný a přesný. Jeho maximální délka se pohybuje kolem 2 minut, včetně studiového úvodu; průměrná stopáž je však 1 minuta 10 sekund a řada příspěvků má pouhých 20-30 sekund. Vyváženost obrazu a zvuku je proto důležitým faktorem, který ovlivňuje srozumitelnost, kompaktnost a myšlenkový

---

<sup>80</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 74.

<sup>81</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 75.

spád sdělení, i jeho správné a jednoznačné pochopení divákem, protože ve vazbě obrazu a slova dostává odpovědi na základní žurnalistické otázky.“<sup>82</sup>

---

<sup>82</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 76.

## 4 ZPRÁVA

Pavel Verner v knize *Zpravodajství a publicistika* definuje zprávu jako „základní textový útvar novin a časopisů, elementární druh informačních žánrů. Věcná informace o aktuální události, která slouží pro orientaci při rozhodování. Seriózní média přinášejí informace bez jakéhokoli postoje pisatele či vydavatele. Dávají odpovědi na základní otázky: KDO? CO? KDY? KDE?“<sup>83</sup> Podrobnosti nebo zajímavosti bývají doplňovány odpovědi na dvojotázku JAK a PROČ?

Podle Barbory Osvaldové je zpráva „historicky nejstarší žurnalistický útvar, který již v psané formě, a tím víc od vynálezu knihtisku v tištěné podobě, tvoří základní složku novin a časopisů a je nepostradatelnou součástí informačních bloků v jakémkoli médiu.

Zpráva, coby základní kámen zpravodajství, je definována jako žurnalisticky zpracovaná informace o něčem, co se stalo nebo nestalo, stane nebo nestane, nebo o změně nějakého stavu. Fakta, děje nebo myšlenky přitom pouze zaznamenává, sumarizuje a konstatuje“<sup>84</sup>.

„I přes zjevnou dobovou a sociální podmíněnost zpráv se otázce, co je zpráva, věnovala řada autorů. Americký mediolog Herbert Gans jí v 70. letech 20. století věnoval vlivnou knihu *Deciding What is News* (Jak rozhodnout, co je zpráva). S touto otázkou je také neodlučitelně spjat dnes již klasický koncept zpravodajských hodnot (news values).“<sup>85</sup>

### 4.1 Televizní zpráva

Televizní zpráva, jako základní jednotka televizní zpravodajské relace, má určitá specifika oproti výše vyslovené definici zprávy obecně. Za hlavní rozdíl považujeme její audiovizuální podobu. „Jedinečná vlastnost opticko-akustického kinetického zobrazení vtiskuje televizní zprávě novou kvalitu, která ji formálně odlišuje od zpráv v jiných médiích a fakticky ji staví do popředí zájmu veřejnosti, mimo jiné i proto, že je

---

<sup>83</sup> VERNER, Pavel. *Zpravodajství a publicistika*. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. str. 37.

<sup>84</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 24.

<sup>85</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 26.

ve stále větší míře schopna operativně přinášet odpovědi na základní žurnalistické otázky simultánně s průběhem události.“<sup>86</sup>

Díky pokroku a moderním technologiím je možné, aby se vysílaná zpráva dostala ihned k televiznímu divákovi. „Časová identita mezi jejím vysíláním a příjmem vede ke stírání časových rovin mezi předem natočenými zprávami (minulý čas) a přímými reportážními vstupy redaktorů nebo živou zpravodajskou moderací ze studia (možnost úvodního či následného doplňování každé zprávy moderátorem o další informace v reálném čase), čímž se vytváří bezprostřední, specificky televizní zpravodajská přítomnost.“<sup>87</sup>

#### 4.1.1 Kompozice televizní zprávy

Využití nových technologií v získávání informací, výrobním procesu a přenosu sdělení se odrazilo mimo jiné také v kompozičních postupech a metodách výstavby televizní zprávy. „Ze tří základních kompozičních postupů (chronologického, logického a akcentujícího) se v poslední době schematicky v televizní zprávě používá hlavně logická, významová struktura, charakteristická svou dvojstupňovostí čela a těla zprávy (tvar obrácené pyramidy). Z praktického hlediska se tak televizní zpráva rozpadá na dvě části: na studiové moderátorovo slovní uvedení všech podstatných faktů, tedy jádra zprávy, a na obrazovou část tvořící jeho doplněk, v krajním případě jakýsi informačně neplnohodnotný a neautonomní obrazový přílepek.“<sup>88</sup>

#### 4.1.2 Druhy televizní zprávy

Přes značnou rozmanitost žánrů, užívaných v televizním zpravodajství, můžeme vyčlenit určité druhy televizních zpráv, které se v průběhu vývoje zpravodajství zachovaly a staly se stálou součástí struktury zpravodajské relace. Lokšík<sup>89</sup> vymezuje čtyři základní druhy televizní zprávy: čtenou, obrazovou, kombinovanou a reportážní.

Podle něj „**čtená (verbální) zpráva** patří k nejstarším typům televizní zprávy. Jde o stručnou, flešovou informaci obvykle přejatou ze zpravodajských agentur, stylisticky upravenou podle zásad mluveného jazyka a živě interpretovanou moderátorem ze

---

<sup>86</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 81.

<sup>87</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 81.

<sup>88</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 82.

<sup>89</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 84.

studia. Jejím úkolem je operativně zpravit diváky o mimořádné nebo výjimečné události, k níž nepřišel zatím žádný obrazový materiál, nebo která se odehrála v průběhu vysílání zpravodajského pořadu, případně doplnit již odvysílanou zprávu o nové aktuální informace.

**Zpráva obrazová** se charakterem a tvarem dosud nejvíce podobá klasickému filmovému šotu. Je pouze stručným, krátkým a výstižným obrazovým záznamem události bez původního zvuku, který je nahrazen zakotvujícím textem komentáře, bez něhož by neměla úplnou výpovědní hodnotu.

**Zpráva kombinovaná** je v současnosti nejfrekventovanějším druhem televizní zprávy s klasickou kompoziční strukturou obrácené pyramidy...Je vystavěna na komentáři a synchronních výpovědích kompetentních osob, obraz plní funkci spíše ilustrační.

**Zpráva reportážní** (v televizní praxi běžně nazývaná reportáž) představuje kvalitativně nejdokonalejší žánrovou formu televizního zpravodajství, která neadekvátněji vystihuje přirozenou povahu televizního zobrazování a nejefektivněji využívá bohatosti jeho audiovizuálního jazyka...Je autentickým obrazovým zhuštěním události do živé, dynamické formy, postavené na objevné kameře, zajímavých obrazových detailech, bezprostředním a pohotovém audiovizuálním zachycení atmosféry prostředí a asociativní montáží nejpoutavějších okamžiků události.<sup>90</sup>

**Televizní zpravodajský rozhovor** můžeme považovat také za jeden ze žánrů užívaný televizními zpravodaji. „V televizní praxi je slovem rozhovor- interview běžně označována každá audiovizuální forma, která je realizována metodou otázek a odpovědí.“<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 84-85.

<sup>91</sup> LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 85.

## 4.2 Co se může stát zprávou

„Řada teoretiků komunikace (Fuller, Graberová, Galtung, Hall, Heinderyckx, Ruge, Kunczik, McQuail aj.) zkoumala, zda je možné určit pravidla, podle kterých se informace do zpravodajství dostávají. Jejich výčty se v detailech liší, nicméně v některých aspektech se shodují.“<sup>92</sup>

Aby se událost stala obsahem zpravodajské relace, musí splňovat určitá kritéria. Podle Osvaldové má událost „větší šanci stát se součástí zpravodajství, pokud:

1. koresponduje s organizačními a kulturními kritérii dané společnosti,
2. probíhá v aktuálním a krátkém časovém intervalu a kopíruje periodicitu médií,
3. je jasná a jednoznačná (tím pádem pro autora dobře uchopitelná a pro publikum na první kontakt srozumitelná),
4. je intenzivní, výjimečná nebo nečekaná,
5. má kulturně blízko k divákům, čtenářům a posluchačům, k prostředí, kde žijí, a k hodnotám, které chápou a sami považují za základní a pro existenci společnosti důležité,
6. odpovídá také jejich očekávání nebo navazuje na fakta, která se už jednou ve zpravodajství objevila, a publikum je přijalo za své.
7. Důležitým katalyzátorem je i účast osobností, skupin nebo národů, které jsou obecně považovány za důležité, i když tato důležitost může být pouze zdánlivá.“<sup>93</sup>

„Andrew Boyd, který zkoumal především rozhlasové a televizní vysílání, jako kritérium výběru uvádí význam, důležitost, relevanci, bezprostřední dopad na publikum, blízkost zprávy, lidský zájem a neotřelost.“<sup>94</sup>

## 4.3 Typologie zpráv

Dovolíme si tvrdit, že každý divák, který s určitou pravidelností sleduje zpravodajství, si všimne toho, že se opakují určité typy zpráv, které jsou do struktury relace určitým způsobem časově zakotveny. Při studiu zpravodajství se lze setkat s mnoha typologiemi událostí a zpráv.

<sup>92</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 22.

<sup>93</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 22.

<sup>94</sup> OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. str. 22.

Zpravodajské příspěvky můžeme rozdělit podle jejich tematického zaměření. „Příkladem takového rozdělení může být obecná typologie Johna Hartleyho (1982), jenž za základní tematické typy zpráv považuje:

- politické události, které jsou ve zprávách nejčastěji definovány vládou, parlamentem a představiteli politické sféry;
- ekonomické události, které jsou podle autora nejčastěji prezentovány na pozadí soukromých společností a členů jejich řízení;
- zahraniční události, obvykle popisované jako vztahy vlád mezi sebou;
- domácí události, které disponují širokou škálou referentů od zpráv odehrávajících se na pozadí konfliktu po „lidsky jímavé příběhy“;
- příležitostné události, mezi které autor řadí příběhy o neštěstích, celebritách a podobně;
- sport, který většinou akcentuje mužské sporty a svět profesionálního sportu.“<sup>95</sup>

„Druhou z možností, jak k typologizaci přistupovat, je odlišit zprávy na základě časového průběhu a časového zakotvení události, o níž se referuje, ve vztahu k aktuálnímu času „konzumace“ zpráv.“<sup>96</sup> V této práci budeme mimo jiné používat typologie Gay Tuchmanové, která člení zprávy podle jedné typologie na „horké novinky (hard news) a doplňující informace (soft news), ve druhé rozlišuje bezprostřední zprávy (spot news), vyvíjející se zprávy (developing news) a průběžné zprávy (continuing news)“<sup>97</sup>.

---

<sup>95</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 29.

<sup>96</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 30.

<sup>97</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 30.

## 5 VÝBĚR UDÁLOSTÍ

Výzkumem procesu výběru událostí do zpráv se v 50. letech 20. století začal zabývat americký sociolog David M. White. Pro výklad svého výzkumu použil metaforu gatekeeping neboli hlídání brány a gatekeeper, v překladu do češtiny vrátný, dveřník. Jakkoliv se může zdát výběr událostí a produkce zpráv objektivní, to, co média v konečné fázi nabídnout divákovi, závisí do značné míry na jedné osobě a tou je zpravodaj, redaktor nebo editor. O obsahu zpravodajství nerozhoduje pouze „jeden dveřník, nýbrž několik dveřníků různé úrovně a různého postavení v podnikové hierarchii“<sup>98</sup>. White se snažil zjistit, podle jakého klíče si novináři vybírají z ohromného počtu potenciálních událostí ty, které mohou využít v obsahu svého média, zda se jedná o činnost intuitivní nebo spíše promyšlenou.

Hlavními důvody zamítnutí zpráv byl jejich obsah a organizace. V prvním případě události nepřišly redaktorovi natolik zajímavé, aby stály za zveřejnění. Organizační skupina důvodů spočívala v nedostatku prostoru. Z toho plyne, že výběr zpráv je činnost vysoce subjektivní „a související s hodnotovým úsudkem založeným na zkušenostech, postojích a očekáváních gatekeepera“<sup>99</sup>. White, na základě vytvoření sedmi tematických kategorií, sledoval prostupnost zpráv informační branou a jejich následné zamítnutí nebo přijetí. Největší potenciál projít branou měly dojemné lidské a politické události. Z druhé části výzkumu, kdy editor odpověděl na čtyři Whiteovy otázky, vyplynulo, že dává přednost jasným a stručným zprávám s menším počtem aktérů a statistických údajů.

### 5.1 Etapy gatekeepingu

D. M. White tímto činem otevřel téma pro „následný výzkum zpravodajství a zahájil empirický výzkum vlivů na produkci zpráv“<sup>100</sup>. Proces výběru zpráv se pokusil podrobněji popsat například R. M. Brown, který „rozlišuje 4 etapy gatekeepingu:

1. extrakce, tj. výběr určitých informací z informačního univerza;
2. koncentrace, tj. redukce vybraného materiálu podle požadavků času, nákladů, kapacity komunikačního kanálu a podobně;
3. pročistění, tj. úprava obsahu a informace tak, aby byly vyloučeny elementy z hlediska komunikačního záměru nežádoucí, redundantní nebo irelevantní;

<sup>98</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 47.

<sup>99</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 39.

<sup>100</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 39.



4. konečná formulace, která spojuje danou informaci s jinými informacemi tak, aby mohla být základem pro další rozhodování“<sup>101</sup>.

Podle Pamelý Shoemakerové se gatekeeping týká každého komunikátora, který vstupuje do komunikačního aktu, jelikož proces komunikace s sebou nese výběr toho, „co bude sděleno a co nikoliv. Ani ve zpravodajství tak gatekeeping nemusí znamenat jen výběr zpráv, ale každé přetváření události ve zprávu. Ten, kdo událost zpracovává, si všímá určitých detailů (informací) a jiné naopak opomíjí. „Gatekeeping začíná v momentě, kdy se komunikační pracovník poprvé dozví o aktuálním či potenciálním sdělení, a končí v bodě, kdy je podмноžina těchto sdělení přenesena k příjemci. Brána je rozhodovací bod jak při cestě dovnitř, tak při cestě ven“.<sup>102</sup>

## 5.2 Vlivy na rozhodování gatekeepera

„Ve skutečnosti žádný gatekeeper nerozhoduje jen na základě svých subjektivních představ. Na rozhodování redaktora má vliv mnoho dalších faktorů: profesní vztahy v rámci mediální organizace, vztahy ke kolegům a nadřízeným. Gatekeeper musí pracovat pod tlakem komunikačních rutin v rámci organizace, která má své priority a je současně ovlivňována tlaky zvenčí.

Vlivy, které se podílejí na rozhodování o výběru událostí, lze rozdělit do několika úrovní:

- individuální úroveň
- úroveň mediálních rutin
- úroveň organizace
- extramediální úroveň
- ideologická úroveň.“<sup>103</sup>

„Práce gatekeeperů a způsoby jejich rozhodování se mohou v jednotlivých typech médií velmi odlišovat podle toho, o jaké médium se jedná. Na odlišná kritéria výběru událostí u televizních zpráv poukázal americký sociolog Dan Berkowitz (1997). Kromě znovu potvrzené skutečnosti, že novináři při výběru zpráv spoléhají zejména na instinkt, se ukázalo, že do značné míry záleží na tom, co již bylo do zpráv vybráno. Televizní

---

<sup>101</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 40.

<sup>102</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 41.

<sup>103</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 43.

gatekeepeři silně usilovali o složení zajímavé a pestré mozaiky témat v rámci jedné zpravodajské relace.“<sup>104</sup>

### 5.3 Obsah zpravodajství

Výběr událostí je jen jednou z rovin selekce zpravodajské produkce. „Novináři vybírají nejen téma události, ale také adekvátní informace, aktéry a místa, které do příběhu zahrnout a které nechat opomenuty- tedy které zamlčí. Na všech úrovních výběru navíc musejí novináři zohledňovat naplňování celé řady dobově a sociálně podmíněných požadavků- např. normativních (jako je v liberálnědemokratických společnostech etický imperativ objektivity a vyváženosti), dále estetických požadavků kladených na „dobrý novinářský příběh“ (jako je jasná dějová linka bez matoucích narativních odboček) a také představ o předpokládaném publiku, které sdílí s kolegy či s vydavatelem nebo vysílatelem.“<sup>105</sup>

Výše stanovené požadavky zprávy mohou být důvodem toho, že původní informace slouží jen jako inspirace k napsání zprávy, stylistického útvaru tak, aby vyhovovala zmíněným požadavkům. Možná právě proto nejsme jako diváci informováni jen o nejpodstatnějších událostech, ale i o takových, které jsou dobře uchopitelné, a které, podle mínění mediální organizace, chceme vidět. Zpravodajové „se soustředí například na určité organizace a instituce, u kterých je pravděpodobnější výskyt událostí vhodných pro zpravodajství.“<sup>106</sup>

---

<sup>104</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 46.

<sup>105</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 25.

<sup>106</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 22.

## 6 SROVNÁNÍ ZPRAVODAJSKÝCH RELACÍ

Tato část práce je věnována srovnání zpravodajských relací veřejnoprávní a soukromé televize. Budeme porovnávat hlavní zpravodajskou relaci České televize, Události a hlavní zpravodajskou relaci TV Nova, Televizní noviny. Pozorování zpravodajských relací probíhalo v období od 15. 8. do 19. 8. 2013.

Jako inspirace, nebo řekněme odrazový můstek srovnání hlavních zpravodajských relací nám poslouží průzkum Ivana Vágnera<sup>107</sup>, který uskutečnil v období od 28. 7. do 3. 8. 1995, zabývající se zpravodajstvím České televize, Novy a Premiéry (dnešní FTV Prima). Z výzkumu vyplývá, že v té době na samotné zpravodajství připadalo zhruba 70-75 % z celkové délky relace, zbytek času připadal na sport a předpověď počasí. Relace se nepravděpodobně dělila na 3-4 domácí a zahraniční bloky, přitom zahraniční zprávy byly upřednostňovány před domácími ve veřejnoprávní České televizi, naopak komerční televize dávaly přednost zprávám domácím. Průměrný počet zpráv se na Nově a Premiéře pohyboval kolem 16, Česká televize vysílala v průměru 14 zpráv. „Je zajímavé, že za optimální počet zpráv je považováno podle belgických odborníků, jak uvádějí ve svém článku *Mubarak se utopil v Berounce* Mlynář se Szymanovským, čtrnáct. Více než čtrnáct totiž údajně „překračuje možnosti vnímání průměrného diváka“.“<sup>108</sup>

S velkou pravděpodobností se dá očekávat, že výsledky této práce budou v porovnání s výzkumem Ivana Vágnera dosahovat jiných hodnot, jak v počtu zpravodajských příspěvků, tak i v oblasti žánrové a tematické pestrosti zpravodajských relací.

Při srovnání zpravodajských relací jsme se soustředili pouze na část večerního zpravodajství, hlavní zpravodajskou relaci. Nezabývali jsme se proto již sportovním a meteorologickým zpravodajstvím, jelikož u obou televizních stanic tvoří samostatnou složku zpravodajství, mají vlastní znělku i moderátora.

Jak již bylo řečeno, hlavní zpravodajská relace, zařazovaná zpravidla na začátek prime timu, tvoří základ vysílacího schématu televizní stanice. V pozorovaném období začínaly Události každý den vždy v 19:00 hodin a Televizní noviny se vysílaly vždy od 19:30 hodin.

---

<sup>107</sup> VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. str. 34.

<sup>108</sup> VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. str. 34.

V této části práce se budeme věnovat struktuře zpravodajské relace z obsahového hlediska, především se zaměříme na výběr zpráv. Při srovnání se zaměříme na počet zpravodajských příspěvků, stopáž zpravodajské relace i jednotlivých zpráv, druhy zpráv, jejich tematické zaměření a volbu první a poslední zprávy.

## 6.1 Stopáž a počet příspěvků

Stopáž zpravodajské relace může nepřímo souviset s kvalitou zpravodajství. Existuje předpoklad, že čím delší je zpravodajská relace, tím více zpravodajských příspěvků, a tím pádem i větší míra informovanosti diváka. Jedná se ovšem pouze o domněnku. Počet zpráv v jedné relaci není nikým přesně vymezen, proto si jednotlivé televizní stanice tato kritéria stanovují samy. Stopáž zpravodajství je omezena pouze časovým prostorem pro jeho odvysílání, který je pevně zanesen do programu televizní stanice. Zpravodajské relace by tento čas neměla překročit, můžeme si proto dovolit tvrdit, že délka relace nepřímo ovlivňuje počet zpravodajských příspěvků.

**Tabulka 1** Průměrná stopáž zpravodajské relace a průměrný počet příspěvků odvysílaných ve zpravodajské relaci.

	<b>Události</b>	<b>Televizní noviny</b>
Průměrná stopáž zpravodajské relace	46:56 min	41:57 min
Průměrný počet příspěvků v jedné relaci	28 příspěvků	24 příspěvků

Tabulka 1 uvádí hodnoty pozorovaných indikátorů, kterými byla průměrná stopáž zpravodajské relace a průměrný počet příspěvků v jedné relaci. Události mají vyšší stopáž, jsou zhruba o 5 minut delší, než Televizní noviny. S tím souvisí i počet zařazených zpráv v relaci. Z tabulky vyplývá, že Televizní noviny nabídly divákovi v průměru o 4 příspěvky méně než Události.

### 6.1.1 Stopáž zpravodajského příspěvku

Se stopáží relace a počtem zpráv souvisí i průměrná stopáž jednotlivých zpravodajských příspěvků. Předpokládáme, že nejvíce prostoru bude věnováno reportážní zprávě, jelikož způsobem práce s informacemi nejvíce odpovídá audiovizuální povaze televizního zpravodajství.

**Tabulka 2 Průměrná stopáž zpravodajských příspěvků v závislosti na druhu zprávy.**

	<b>Události</b>	<b>Televizní noviny</b>
Čtená zpráva	27 s	38 s
Obrazová zpráva	20 s	44 s
Kombinovaná zpráva	114 s	102 s
Reportážní zpráva	122 s	115 s
Zpravodajský rozhovor	105 s	81 s

Nejkratší stopáž měla v Událostech obrazová a čtená zpráva, stejně jako v případě Televizních novin, kdy bylo ovšem pořadí obrácené. Jednoznačně nejdelší byly příspěvky zpracované jako reportáže. Průměrná délka reportáží se pohybovala kolem 2 minut v obou případech. Události věnují zpravodajským příspěvkům ve formě čtené a obrazové zprávy méně času než Televizní noviny. Naopak kombinované zprávě a reportáži věnují Události zhruba o 10 vteřin více, u zpravodajského rozhovoru dokonce o 24 vteřin více prostoru. Můžeme tedy říct, že Události věnovaly svým příspěvkům v průměru více času než Televizní noviny.

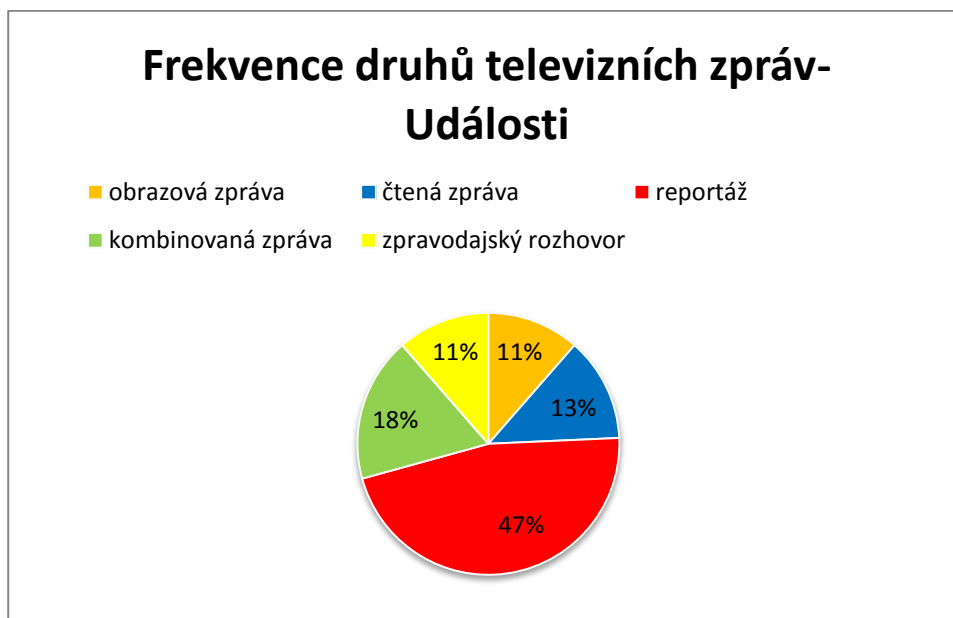
## **6.2 Frekvence druhů televizních zpráv**

Přes průměrnou stopáž zpravodajských příspěvků se dostáváme k žánrové pestrosti zpravodajských relací, tím máme na mysli, s jakou frekvencí jsou zařazovány již zmíněné druhy televizní zprávy. Předpokládáme, že nejčastěji používanou formou zprávy bude reportáž, jelikož dokáže nejlépe využít možnosti televizního zpravodajství a v době moderních technologií není problém získat kvalitní a vhodný obrazový materiál, který je pro reportáž nezbytný.

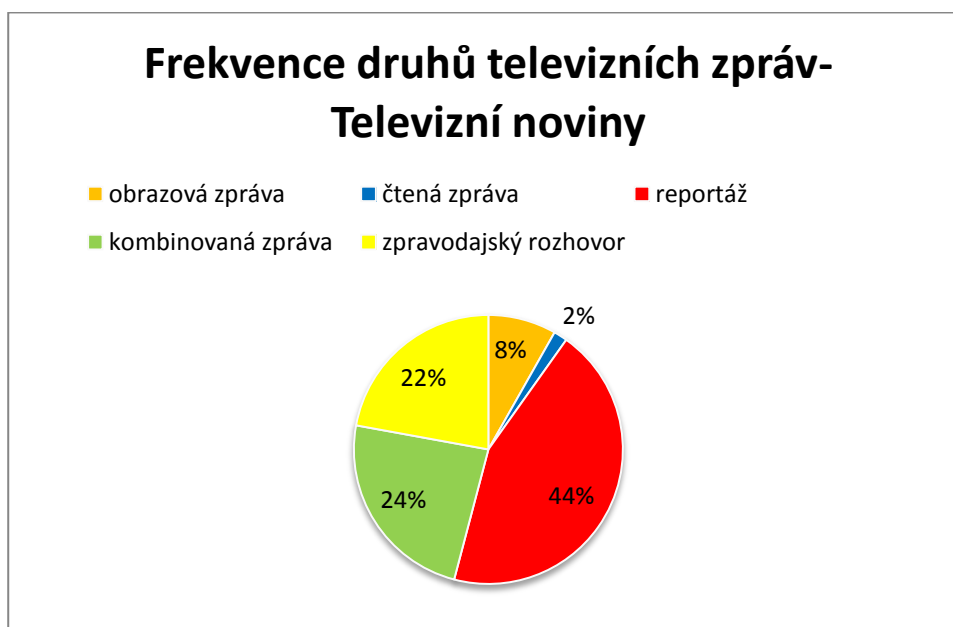
Pro potřeby našeho srovnání zpravodajských relací jsme jako čtené zprávy označili příspěvky, které byly čteny (sdělovány) moderátorem ze studia a zprávy doplněné pouze ilustračními či archivními záběry události na rozdíl od obrazové zprávy, která pracuje s aktuálním obrazovým materiálem. Zahrnuli jsme sem i příspěvky prezentované divákovi pomocí dotykové obrazovky ve studiu (např. zpráva v Událostech o doporučení Ministerstva zahraničí necestovat do Egypta, doplněná důležitými telefonními kontakty; nebo zprávy doplňující informace k předešlému příspěvku o grafická znázornění dané problematiky, výsledky výzkumu apod.). Obrazovou, kombinovanou a reportážní zprávu jsme určovali podle klasifikace

v kapitole 4.1.2. Za zpravodajský rozhovor, zprostředkovaný přes kameru nebo telefonicky, jsme považovali rozhovor moderátora s kompetentní kvalifikovanou osobou nebo redaktorem televizní stanice, který byl zprostředkován živě nebo byl již předtočený.

**Graf 1 Frekvence druhů televizních zpráv- Události**



**Graf 2 Frekvence druhů televizních zpráv - Televizní noviny**



Z grafů 1 a 2 vidíme, že náš předpoklad se potvrdil. Nejfrekventovanějším druhem televizní zprávy je reportáž v případě obou zpravodajských relací. Zjistili jsme, že nejčastěji zařazovanými druhy televizní zprávy jsou reportáž, kombinovaná zpráva a zpravodajský rozhovor v Televizních novinách a v případě Událostí se jedná o reportáž, kombinovanou zprávu a čtenou zprávu. Dominantním postavením reportáže umožňují obě relace divákovi lépe se zorientovat ve sdělení, jelikož je informace nejprve uvedena ze studia moderátorem, který publikum připravuje na to, co uvidí, a následně reportér vtahuje diváky přímo do děje, nabízí důležité detaily konkrétního případu, osobní svědectví a výpovědi zúčastněných osob. Domníváme se, že časově omezená zpravodajská relace nedovoluje každou událost zpracovat jako reportáž, ačkoli je to možné, a proto ke sdělení dalších informací používá především kombinovanou zprávu, která je naplněna fakty a údaji, sdělovanými především slovní formou, a obrazová složka je pouze doplňkem. Jedná se o detailnější rozvedení zprávy uvedené moderátorem ze studia. Vyšší frekvenci užití zpravodajského rozhovoru v Televizních novinách si vysvětlujeme snahou o dynamičtější a aktuálnější vyznění pořadu. Vysoký počet čtených zpráv v Událostech přikládáme faktu, že jsme mezi čtené zprávy zařazovali zprávy prezentované divákům prostřednictvím dotykové obrazovky, kterou Televizní noviny v hlavní zpravodajské relaci většinou nevyužívají (takové technické vybavení je na stanici TV Nova užíváno v Nočních televizních novinách, ale ty nejsou předmětem naší práce). Televizní noviny nejméně používají čtenou zprávu, jež Vágner nazývá popelkou, „pro kterou není v království zpráv místo ani doplňující obraz, ale kterou srdce odpovědných pracovníků odmítá vypustit“<sup>109</sup>. Tento druh zprávy zřejmě není atraktivní pro diváky, a proto se objevuje sporadicky, jedná se především o události, které se staly během relace nebo těsně před ní a proto není zatím k dispozici žádný obrazový materiál.

Události a Televizní noviny se shodují dominantním užíváním reportáže a kombinované zprávy. V obou případech tvoří reportáž přes 40 % všech odvysílaných příspěvků. Ačkoli je čtená zpráva třetím nejfrekventovanějším druhem zprávy Událostí, v Televizních novinách zaujímá poslední místo. Oproti tomu třetí nejužívanější žánr televizní zprávy Televizních novin, zpravodajský rozhovor, zaujímá v Událostech poslední příčku. Obrazovou zprávu užívají obě televize téměř se stejným procentuálním zastoupením.

---

<sup>109</sup> VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. str. 59.

### 6.3 Tematická rovina zpravodajství

Typologie zpráv podle tematického zaměření patří k nejužívanějším. Každý člověk, který sleduje televizní zpravodajství s určitou pravidelností, si jistě všimne, že se opakují určité typy zpráv, způsoby jejich zpracování i časové zakotvení. Pro potřeby našeho srovnání jsme vytvořili osmistupňovou škálu zpravodajských témat, která jsou navíc doplněna rozdělením zpráv na události z domova (domáci) a ze světa (zahraniční). Jako inspirace a zdroj, z kterého jsme vycházeli při jejím sestavování, nám sloužila typologie Johna Hartleyho (viz. kap.4.3). Stupnici tvořila tato zpravodajská témata:

- politika
- ekonomika
- tragédie/katastrofa
- kriminalita/právo
- kultura, věda a technika
- sociální problematika
- válka a občanské nepokoje
- jiná témata.

Do kategorie **politických zpráv** jsme zařazovali příspěvky z domácího i zahraničního politického života. Patří sem jednání vlády a politických stran, prosazování nových zákonů, předvolební kampaně, politické konflikty apod. **Ekonomické zprávy** informují o výsledcích z hospodářské oblasti. Pojednávají o stavu a změnách české ekonomiky, hospodaření státu, velkých firem a podniků, ale také o oblasti plánování, výroby, prodeje, investic, dotací apod. Do skupiny příspěvků, označených **tragédie/katastrofa** jsme zahrnuli zprávy o živelných pohromách (např. zemětřesení, povodně), nešťastných náhodách, dopravních a jiných nehodách s tragickým koncem (minimálně jeden těžce raněný nebo mrtvý člověk). Kategorie **kriminalita/právo** zahrnuje zprávy o zločinech, loupežích a krádežích, vraždách, znásilněních, výtržnostech a zprávy z oblasti soudnictví (soudní jednání, vynesení rozsudku apod.). **Kultura, věda a technika**, tato kategorie obsahuje příspěvky o nových vynálezech, objevech, premiérách v divadlech, společenských akcích, festivalech apod. Mezi zprávy se **sociální problematikou** jsme zařadili příspěvky z oblasti sociální péče, opatrovnictví, péči o seniory a handicapované osoby, pobírání sociálních dávek, otázku romské komunity apod. Kategorii **válka a občanské nepokoje**

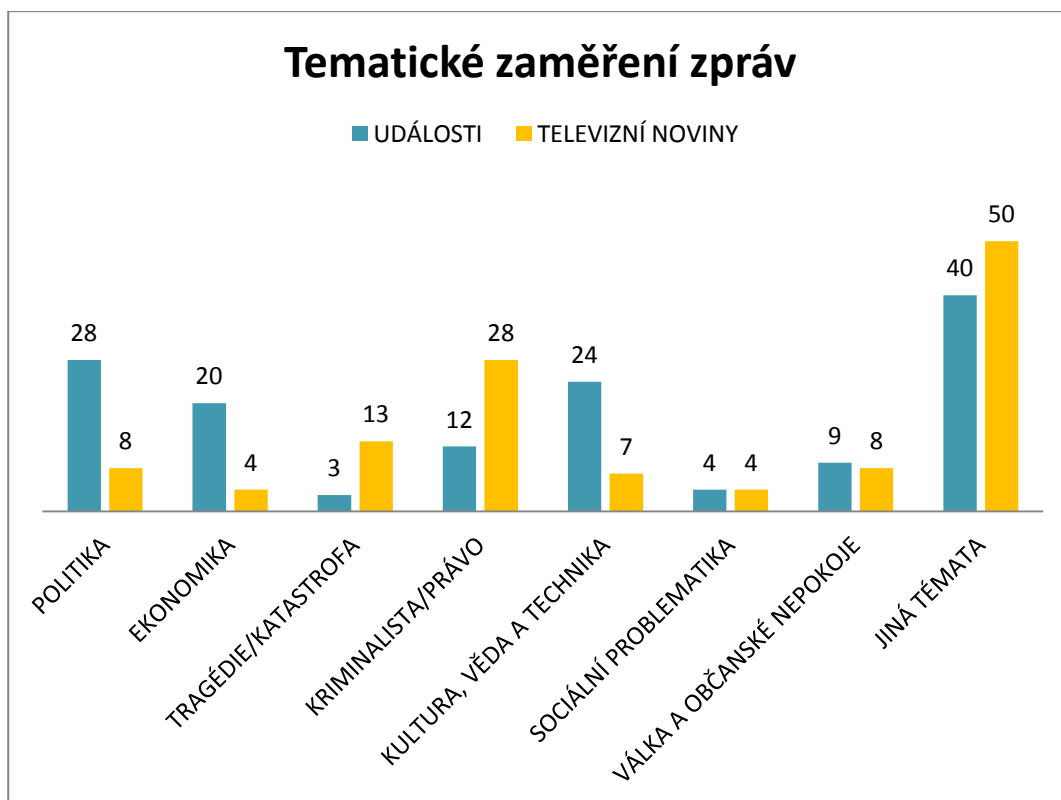


tvořily příspěvky o válečných konfliktech, narušení občanského pořádku, které se projevuje násilím. Do kategorie **jiná témata** spadají ostatní příspěvky, které nebylo možné jednoznačně zařadit do uvedených kategorií. Jako jiná témata jsme označili zprávy týkající se sportovních událostí (jelikož jsme předpokládali, že všechny zprávy se sportovní tematikou budou zařazeny do sportovního zpravodajství), života celebrit, kuriozit, úmrtí známých osobností, dále například zprávy o neodklizených následcích po bouřkách, uzavírkách silnic, růstu hub nebo hitu léta- točených limonádách.

Uvedená zpravodajská témata se v různé míře váží na **domácí** nebo **zahraniční** prostředí, jejichž podíl budeme v této části práce také srovnávat.

Předpokládáme, že každá zpravodajská relace bude upřednostňovat jiná témata, s ohledem na své předpokládané publiku. Na každé televizní stanici jsme sledovali pět zpravodajských relací, jdoucích po sobě. Pracovali jsme celkem s 262 příspěvky. Podíl jednotlivých zpravodajských témat ilustruje následující graf.

**Graf 3 Tematické zaměření zpráv v hlavních zpravodajských relacích**



Z grafu 3 je patrné, že nejčastěji zařazovanými zpravodajskými tématy v Událostech jsou jiná témata, politika, kultura, věda a technika a ekonomika. Televizní noviny preferují také jiná témata, následuje kriminalita/právo, tragédie/katastrofa

a politika. Obě relace upřednostňují kategorii jiná témata (zde je podíl zpráv téměř vyrovnaný) a politiku, ostatní témata zařazují s jinou frekvencí. Události vykazují vyšší počet příspěvků v kategorii politika, ekonomika, kultura, věda a technika a válka a občanské nepokoje. Televizní noviny disponují vyšším počtem příspěvků v kategorii kriminalita/právo, tragédie/katastrofa, jiná témata. V kategorii sociální problematiky panuje shoda.

Vysoký počet zpráv z oblasti kriminalita/právo a tragédie/katastrofa v Televizních novinách přičítáme faktu, že tato témata jsou psychologicky a divácky velmi atraktivní a TV Nova jako soukromá televize, víceméně závislá na sledovanosti, musí upoutat a udržet divákovu pozornost mimo jiné tím, že nabízí takové příspěvky, které chtějí její diváci vidět. Události vykazují vyšší tematickou vyváženost než Televizní noviny, což vychází již ze zákona o České televizi, v němž stojí, že mezi její hlavní úkoly, jakožto služby veřejnosti, patří „poskytování objektivních, ověřených, ve svém celku vyvážených a všestranných informací pro svobodné vytváření názorů“<sup>110</sup>.

### **6.3.1 Domácí a zahraniční zprávy**

Rozlišovacím prvkem mezi veřejnoprávní a soukromou televizí může být spojitost zprávy s domácím nebo zahraničním prostředím. Předpokládáme, že Události, zpravodajství veřejné služby, budou vykazovat vyšší počet zahraničních událostí než Televizní noviny, jakožto produkt soukromé televize.

V jednotlivých relacích vykazovaly Události až o tři zpravodajské příspěvky se zahraniční tematikou více, ale procentuální podíl domácích a zahraničních zpráv v celém pozorovaném období byl shodný u obou relací. Jak v případě Událostí tak Televizních novin byl podíl domácích a zahraničních zpráv 78% versus 22%. Z celkového počtu 140 příspěvků v Událostech se jich 109 vztahovalo k domácí problematice a 31 informovalo o zahraničních událostech. V případě Televizních novin byl podíl domácích a zahraničních zpráv z celkového počtu 122 příspěvků 95 : 27.

### **6.3.2 Hard news a soft news**

O typologii zpráv podle jejich časového zakotvení jsme se již zmínili v kapitole 4.3, nyní rozvedeme podrobněji typologii Gay Tuchmanové, která události dělí na hard

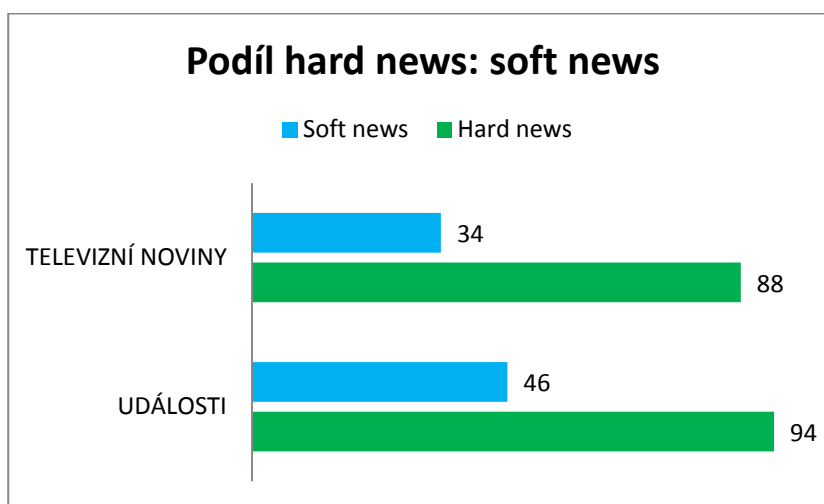
---

<sup>110</sup> ČESKO. Zákon č. 483/1991 Sb., České národní rady o České televizi. In Sbírká zákonů ČR, ročník 1991, částka 93. Dostupné na <<http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-483>> [cit. 6. 9. 2013]. ISSN 1211-1244

news a soft news. „Hard news jsou události, které je z nějakého důvodu nutné aktuálně a okamžitě zpracovat a zařadit do zpráv. Když byl editor televizních zpráv požádán o definici, poskytl výčet událostí: jednání Kongresu, sdělení vlády, legislativních orgánů, železniční neštěstí, vražda, bankovní loupež, legislativní návrh. Novináři si při popisu kategorie nejčastěji vypomáhali kontrastem s druhou kategorií- soft news. Podle zkoumaných novinářů jsou hard news informace, které by měl každý dobře informovaný občan znát, zatímco soft news se zabývají spíše běžným každodenním životem lidí.“<sup>111</sup> Dovolujeme si tvrdit, že přiřazení zprávy k jedné z kategorií může být někdy problematické, jelikož do značné míry záleží na tom, jak je zpráva uchopena a zpracována. Některé události mohou být zpracovány jedním zpravodajem jako hard news, jiným jako soft news.

Srovnali jsme relace veřejnoprávní a soukromé televize i podle této kategorie a výsledky jsme zanesli do grafu 4.

**Graf 4 Podíl hard news: soft news**



Každodenním sledováním zpravodajství může divák získat dojem, že soft news postupem času zabírají ve zpravodajské relaci stále více vysílacího prostoru. Z uvedeného grafu, který pracuje s celkovým počtem všech zpráv, vidíme, že zprávy označované jako hard news o více než polovinu převyšují soft news v obou relacích. Z celkového počtu 262 zpravodajských příspěvků tvoří soft news téměř třetinu, tedy 30,5 %, na hard news připadá 69,5 %.

<sup>111</sup> TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. str. 30.

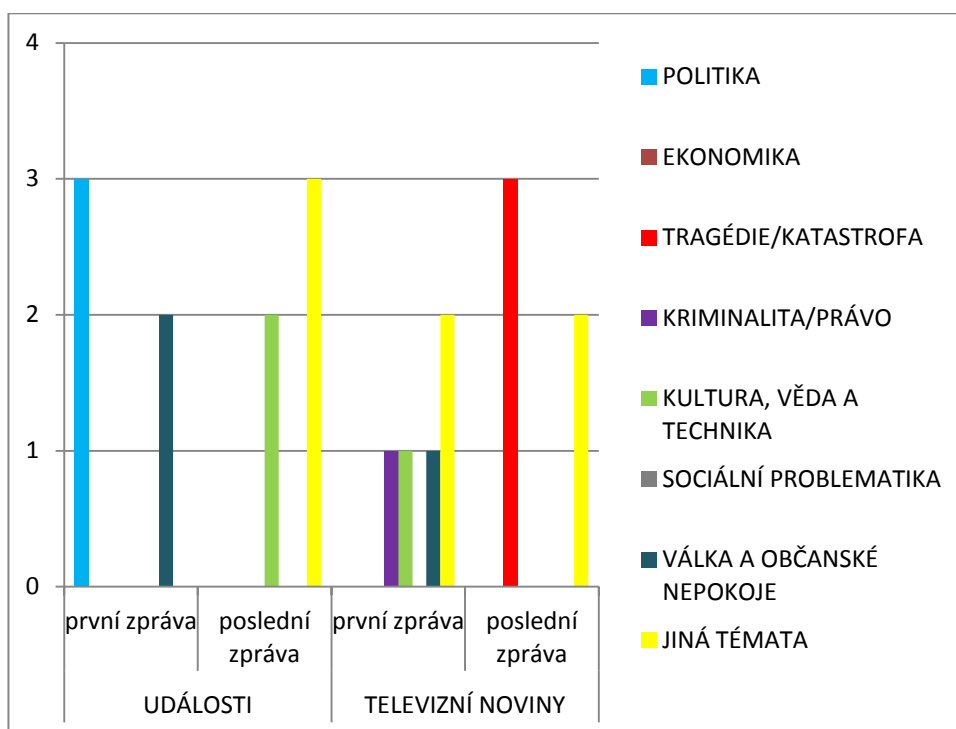
### 6.3.3 Tematické zaměření první a poslední zprávy

Události vždy začínaly zprávou, která by mohla mít význam nebo určitý dopad na početnou část publika. Informovaly například o chystaných změnách zákonů, ozbrojených protestech v Egyptě, které by mohly ohrozit bezpečí českých občanů v turistických letoviscích, apod. Televizní noviny upřednostňovaly dramatické, šokující zprávy, například reportáž o extrémním sportu na hraně zákona. Tři zpravodajské relace TV Nova, z celkem pěti srovnávaných, začínaly zprávou jejích vlastních reportérů. Jednalo se o již zmíněný sport na hraně zákona, pochod homosexuálů centrem Prahy a vyřizování reklamací zájezdů cestovních kanceláří za pomoci TV Nova. Dvakrát Televizní noviny začínaly zprávou o situaci v Egyptě.

Události volily nejčastěji jako téma první zprávy politiku, zbylé dvě relace začínaly zprávami o nepokojích v Egyptě, tedy kategorií válka a občanské nepokoje. Televizní noviny byly ve výběru zpravodajských témat první zprávy pestřejší. Diváky přivítaly zprávami z kategorie válka a občanské nepokoje, kriminalita/právo a kultura, věda a technika, dvakrát volily první zprávu z oblasti jiná témata.

Poslední zpráva z relace Událostí se třikrát věnovala oblasti jiná témata a dvakrát poskytla divákům informace z kultury, vědy a techniky. Události v pozorovaném období končily například zprávou o *Festivalu flašinetů v Liberci* nebo o *Oblibě ruské klasické literatury*. Podobnou situaci jsme očekávali u Televizních novin, ty ale třikrát volily téma poslední zprávy z kategorie tragédie/katastrofa (*Nakladač přešel malé dítě, Dva muži zemřeli pod jezem, Záhadná smrt mladíka*), dvakrát šlo o jiná témata. Tematické zaměření volby první a poslední zprávy ilustruje graf 5.

Graf 5 Tematické zaměření první a poslední zprávy



Výsledky, k nimž jsme v průběhu pozorování dospěli, dokládá tabulka 3, porovnávající zpravodajské relace z náhodně vybraného dne, která zachycuje počet a stopáž zpravodajských příspěvků.

Tabulka 3 Zpravodajská relace ze dne 17. 8. 2013

Události	43:43	Televizní noviny	40:56
1. Krvavé nepokoje v Egyptě-dalších 173 mrtvých, prozatímní premiér navrhuje zrušení Muslimského bratrstva	121 s	1. Prague Pride- 3. ročník festivalu vyvrcholil karnevalovým pochodem hrdosti (obrazová zpráva, na níž navazovala další reportáž)	61 s
2. Varování Ministerstva zahraničních věcí před cestami do Egypta; cestovní kanceláře ruší zájezdy a odváží turisty zpět; finanční ztráty cestovních kanceláří	34 s	2. Prahou prošel pochod hrdých homosexuálů- průběh události, účast, spokojenost účastníků i organizátorů, reakce odpůrců, účast známých osobností <i>2.linie headlinů- Děti na čtyřkolce zranil skútr</i>	92 s
3. Turisti v Egyptě- doporučení neopouštět areály hotelů; reakce Čechů na dřívější odlety domů	137 s	3. Vít'a Veselý je mistrem světa v hodů oštěpem- svěřenec Jana Železného získal medaili prvním pokusem	65 s
4. Kompenzace zájezdů- cestovní kanceláře nabízí jiné termíny nebo destinace zájezdů	13 s	4. O mistru světa rozhodla fotka novináře- německý reprezentant dokázal omyl sudího díky fotografii <i>Pozvánka na Sportovní noviny PŘEDĚL</i>	108 s

5. Martin Kuba předvolán k výsledku na policii ohledně výpovědi v kauze Nagyové a údajné korupci tří exposlanců; vysvětlit okolnosti schůzky s Rittigem	38 s	5. Válka v ulicích: násilí stále nekončí- dalších 173 mrtvých, premiér chce rozpustit islamistickou stranu; cestovní kanceláře ruší zájezdy, finanční ztráty rostou	110 s
6. Duhový pochod v Praze- vyvrcholení festivalu sexuálních menšin Prague Pride, reakce konzervativců	155 s	6. Turisté cestují zpátky domů- o nepokojích v Egyptě někteří ani nevěděli, stížnosti na nedostatek informací	62 s
7. Tolerance vůči homosexuálům- Česko patří k nejtolerantnějším zemím Evropy	36 s	7. Zdravotní problémy nejvyššího muže- další potíže s operovanou nohou	115 s
8. Sedm let registrovaného partnerství v ČR- problematika adopce, vyjádření psychologa.	143 s	8. Předseda ODS jednal s lobbistou- předvolební skandál ODS, Martin Kuba má na policii vypovídat o okolnostech schůzky	109 s
9. Start předvolebních kampaní- jednání stran o způsobech a financování kampaní Upoutávka na pořad <i>Otázky Václava Moravce</i>	119 s	9. Noční výbuch varny pervitinu- vyšetřování okolnosti smrti muže (který unikl zřejmě před plameny a vyskočil z 6. patra a pád nepřežil) a příčinu požáru	113 s
10. Hazardující vodáci- dva muži se utopili ve Vltavě, třetí bojuje o život v nemocnici; podobné případy	94 s	10. Český Woodstock drobnohledem inspektora- reportér prověřoval služby a zázemí festivalu v Trutnově	112 s
11. Madridský soud rozhoduje o budoucnosti španělského premiéra, který kryl stranického pokladníka při vyplacení peněz z černých fondů	142 s	11. Bývalý hokejový reprezentant nočním vandalem- cestou z baru s kamarádem poničil auto; odkaz na nehodu jiného hokejisty <i>Pozvánka na TN. CZ- předpověď počasí</i>	98 s
12. USA- republikáni se chystají bojkotovat prezidentské debaty	22 s	12. Pochod radikálů v Duchcově- dorazila jen hrstka demonstrantů, policejní dohled nezasahoval	148 s
13. Poslední slova prezidenta T. G. Masaryka budou čekat na zveřejnění ještě 12 let v Depozitáři Národního muzea <i>2. linie headline- limonádové hity úspory za vodu</i> PŘEDĚL	138 s	13. Děti na čtyřkolce zranil skútr- vážná zranění, chlapci leží na JIP, rodičům hrozí až dva roky vězení	122 s
14. Audit zjistil daňové podvody v Národním divadle	124 s	14. Demolice mostů uzavře D1- informace o plánované demolici a objízdných trasách <i>3. linie headline- Řidič nepomohl, žena potratila</i>	104 s
15. Uzavírka D1- demolice dvou mostů; informace o objízdných trasách PŘEDĚL	94 s	15. Noční hlídka TN.CZ- žena bodla nožem svého druha, zemřel, ženu obvinila a zadržela policie, roli sehrál alkohol	101 s
16. Stavba lanovky na Sněžku díky dobrému počasí výrazně pokročila,	113 s	16. Dvojnásobný vrah stane brzy před soudem- prodloužení vazby, stanoven termín hlavního líčení, hrozí i výjimečný trest	57 s

17. Výbuch varny pervitinu- muž vyskočil z 6. patra paneláku, zraněním podlehl	16 s	17. CK Solymar stále nevyřešila situaci se zrušenými zájezdy na Sicílii, poškození se obrátili na TV Nova	122 s
18. Letní hit: točená limonáda- spokojenost restauratérů a výrobců × varování dětských lékařů PŘEDĚL	109 s	18. Bezpečnostní opatření na fotbalovém utkání FC Viktoria Plzeň: AC Sparta Praha	47 s
NAŠE TÉMA <sup>112</sup> : 19. Spotřeba vody v českých domácnostech- stoupající cena vody- porovnání jednotlivých krajů, možnosti využití alternativních zdrojů 20. Kvůli rostoucí ceně vody lidé omezují spotřebu 21. Jak neplýtvat vodou- rady a tipy, jak ušetřit za vodu 22. Šetření a spotřeba vody- porovnání Čechů s občany jiných evropských států PŘEDĚL	137 s  36 s 119 s 9 s	19. Řidič autobusu nepomohl, žena potratila- ani jeden z řidičů dálkového autobusu ze Slovenska nepomohl krvácející ženě ve třetím měsíci těhotenství, záchranku zavolali spolucestující, žena chce podat trestní oznámení  PŘEDĚL	101 s
23. Podvody se zájezdy- cestovní agentura se vydává za cestovní kancelář, klame tak zákazníky; stížnosti u České obchodní inspekce	114 s	20. Daň za sucho: hasiči mají plné ruce práce- likvidují desítky požárů denně, aktuálně bojují s požárem seníku už 24 hod; podobné případy	94 s
24. Narozneniny Napoleona Bonaparta- dvě připomínky, organizátoři akce se nepohodli	15 s	21. Změny nařízení Ministerstva školství- zlomky a jazyky dříve, nově orientace v rodinném rozpočtu, problematice cen, názory rodičů	102 s
25. Lodní neštěstí na Filipínách- srážka trajektu s nákladní lodí, 32 mrtvých, 170 pohřešovaných, záchranné práce přerušilo špatné počasí	116 s	22. Námořní nehoda- srážka nákladní lodi s trajektem na Filipínách, 31 mrtvých, policie nepřestává pátrat	94 s
26. Záplavy na Dálném východě, evakuace desetitisíců lidí	13 s	23. Nemocné děti okusí normální prázdniny- tábor pro děti se spinální svalovou atrofií ve stylu čar a kouzel pomáhá osamostatnit se, navazovat kontakty, řídit asistenty,...	130 s
27. Unikátní muzeum atomu- otevření muzea v bývalém atomovém bunkru	103 s	24. Dva muži zemřeli pod jezem, třetí bojuje o život	33 s
28. Čeští a slovenští učitelé navštívili CERN	109 s		

<sup>112</sup> Každý den se Události zaměřují na určité téma a tomu věnují více příspěvků; témata ve sledovaném období: Výročí okupace Československa, Výbava pro školáka, Práce na D1, Boj s padělkami.

## 7 SHRnutí

Srovnáním hlavních zpravodajských relací jsme zjistili, že se zpravodajské pořady veřejnoprávní a soukromé televizní stanice liší průměrnou stopáží zpravodajské relace, i počtem sdělovaných zpráv. Události vykazovaly v průměru o čtyři zpravodajské příspěvky více než Televizní noviny. Domníváme se, že z důvodu vyššího počtu příspěvků byla relace Události v průměru téměř o pět minut delší. Výraznější rozdíly mezi televizí veřejnoprávní a soukromou jsme nezjistili v případě preferování určitého druhu zprávy. Události a Televizní noviny shodně preferují užití reportáže a kombinované zprávy. Tyto druhy televizních zpráv měly zároveň nejdelší stopáž. V obou případech tvořily příspěvky zpracované jako reportáže přes 40% všech odvysílaných zpráv. Třetím nejfrekventovanějším druhem televizní zprávy byla v Událostech čtená zpráva, která se v Televizních novinách objevovala spíše sporadicky. Kromě reportáže a kombinované zprávy využívaly Televizní noviny zhusta zpravodajského rozhovoru. Tuto skutečnost přičítáme snaze o dynamičtější a aktuálnější vyznění relace.

Velkou míru rozdílnosti zpravodajství jsme očekávali především v oblasti tematického zaměření zpráv, což se nám potvrdilo. Události upřednostňovaly zprávy z kategorie politika, ekonomika, kultura, věda a technika a válka a občanské nepokoje. Televizní noviny se zabývaly nejvíce událostmi z kategorie kriminalita/právo, tragédie/katastrofa a jiná témata. Obě relace vykazovaly vysoký počet událostí z kategorie jiná téma, tento fakt je podle autorky důsledkem tematické nejednoznačnosti zprávy, kvůli čemuž byla zpráva zařazena do kategorie jiná témata.

Vyslovili jsme předpoklad, že se budou zpravodajské relace lišit také poměrem domácích a zahraničních zpráv. Očekávali jsme, že Události nabídnou publiku více zahraničních příspěvků, jako pořad veřejnoprávní televize. Tento předpoklad se nám v procentuálním podílu domácích a zahraničních zpráv nepotvrdil. Podíl domácích a zahraničních zpráv byl v obou případech totožný. Nedovolíme si tvrdit, že jde o dlouhodobý trend, důvodem tohoto výsledku může být například nízký počet analyzovaných zpravodajských relací.

Ohledně podílu hard news a soft news jsme předpokládali, že vyšší podíl soft news budou vykazovat Televizní noviny. Tento předpoklad se nám nepotvrdil. Procentuálně nabídly Televizní noviny méně zpráv typu soft news, než Události.



Domníváme se, že důvodem tohoto výsledku je samotná problematika nejednoznačnosti zařazení zprávy do jedné z kategorií hard news nebo soft news, jelikož záleží na způsobu uchopení a zpracování události, a podle autorky také na individuálním zhodnocení důležitosti události.

Posledním sledovaným faktorem byla volba první a poslední zprávy zpravodajské relace. K naprosté shodě, v tom smyslu, že by obě relace zařadily v jeden den stejnou zprávu, na začátek či konec vysílání, nedošlo. Částečnou shodu jsme pozorovali pouze ve volbě zpravodajských témat. Ke shodě tématu ve volbě první zprávy ve stejný den nedošlo ani jednou a ve volbě poslední zprávy pouze jednou, byla to kategorie jiná témata.

## 8 ZÁVĚR

Bakalářská práce se zabývala problematikou televizního zpravodajství. Práce se skládá ze dvou částí. První část se snaží podat ucelený obraz o problematice médií. Čerpá z textových materiálů použité literatury. Vyslovuje definice klíčových pojmů, nabízí pohled na média z různých hledisek a popisuje základní, především společenské, funkce médií. Práce se zamýšlí nad vlivem a mocí médií, možnostmi, jak mohou média manipulovat s informacemi z reálného světa, a tím pádem formovat povědomí společnosti o stavu okolního světa.

Klíčový oddíl práce je věnován zpravodajství. Zde je stanovena definice žánru zpravodajství a vymezení zpravodajství vůči publicistice. Práce se zabývá základními funkcemi zpravodajství a mediálními tématy. Následně se práce zabývá televizním zpravodajstvím a jeho specifiky. Pojednává o televizní zpravodajské produkci a klasifikaci televizní zpravodajské relace z různých hledisek. Další část práce se orientuje na televizní zpravodajství jako základní stavební prvek televizního zpravodajství. Věnuje se kompozičním postupům televizních zpráv, jejich druhům a typologiím.

Druhá část práce je věnována srovnání hlavních zpravodajských relací ve sledovaném období. Srovnávána byla hlavní zpravodajská relace televize veřejné služby, Události, a hlavní zpravodajský pořad soukromé, komerční televize, Televizní noviny. Na základě poznatků zjištěných a zaznamenaných v teoretické části práce jsme se snažili odpovědět na stanovené otázky.

Srovnáním hlavních zpravodajských relací jsme zjistili, že zpravodajský pořad veřejnoprávní televize je delší a nabízí divákům vyšší počet příspěvků. Zpravodajské relace se shodují v dominantním užívání reportážní a kombinované zprávy, ostatní druhy zpráv jsou užívány s jinou frekvencí. Hlavní rozdíl mezi relacemi jsme zaznamenali v tematickém zaměření vysílaných zpráv. Zpravodajství obou televizních stanic vykazovalo procentuálně stejný podíl domácích a zahraničních zpráv a velmi podobný procentuální podíl hard news a soft news. Zpravodajské relace se převážně neshodovaly ani v případě tematického výběru první a poslední zprávy.

Teoretická část práce ukázala na složitost metodologie zkoumání v oblasti televizního zpravodajství například tím, že některé zprávy nebylo možné jednoznačně tematicky určit nebo je zařadit do kategorie hard news či soft news. V tomto ohledu

typologie zpráv záleží z velké části na pohledu a úsudku jednotlivce, na jeho názorech, postojích, vzdělání a mnoha dalších faktorech.

Nedovolujeme si označit jednu televizní zpravodajskou relaci jako lepší a vhodnější ke sledování. Záleží na povaze a vkusu diváka, kterou z nich si vybere a bude preferovat. Srovnání relací ale potvrdilo fakt, že zpravodajství veřejnoprávní televize nabízí divákovi objektivní, tematicky vyváženější zprávy než soukromá televize, která upřednostňuje divácky a psychologicky poutavější témata zpravodajství.

Ať už se jedná o zpravodajství veřejnoprávní nebo soukromé televize, měl by mít divák stále na paměti, že se jedná pouze o interpretaci reality, ne o její skutečný obraz. Proto si autorka dovoluje pouze doporučit, sledovat zpravodajství i prostřednictvím jiných médií než jen televize a kriticky zhodnocovat a porovnávat nabízená sdělení.

## 9 ZDROJE

### 9.1 Knižní zdroje

- BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. 186 s. ISBN 80-7178-871-6.
- BURTON, Graeme - JIRÁK, Jan. *Úvod do studia médií*. Vyd. 1. Brno: BARRISTER & Principal, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.
- GILES, David. *Psychologie médií*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2012. 185 s. Z pohledu psychologie. ISBN 978-80-247-3921-2.
- JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Masová média*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2009. 413 s. ISBN 978-80-7367-466-3.
- JIRÁK, Jan - KÖPPLOVÁ, Barbara. *Média a společnost: [stručný úvod do studia médií a mediální komunikace]*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. 207 s. ISBN 978-80-7367-287-4.
- KUNCZIK, Michael. *Základy masové komunikace*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 1995. 307 s. ISBN 80-7184-134-X.
- LOKŠÍK, Martin. Televizní zpráva a televizní zpravodajství. In *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. Kapitola 6.4, s. 73-87.
- MCNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. 182 s. ISBN 80-7178-840-6.
- MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 1999. 447 s. ISBN 80-7178-200-9.
- OSVALDOVÁ, Barbora - HALADA, Jan. *Encyklopedie praktické žurnalistiky*. 1. vyd. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1.
- OSVALDOVÁ, Barbora - LÁBOVÁ, Alena. *Zpravodajství v médiích*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2001. 155 s. ISBN 80-246-0248-2.
- POSPÍŠIL, Jan. *Jak na média*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2011. 119 s. ISBN 978-80-7402-071-1.
- REIFOVÁ, Irena a kolektiv. *Slovník mediální komunikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2004. 327 s. ISBN 80-717-8926-7.
- SCHELLMANN, Bernhard. *Média: základní pojmy, návrhy, výroba*. Vyd. 1. Praha: Sobotáles, 2004. 482 s. ISBN 80-867-0606-0.

- TRAMPOTA, Tomáš. *Zpravodajství*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2006. 191 s. ISBN 80-7367-096-8.
- URBAN, Lukáš - DUBSKÝ, Josef - MURDZA, Karol. *Masová komunikace a veřejné mínění*. Vyd. 1. Praha: Grada, 2011. 230 s. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3563-4.
- VÁGNER, Ivan. *Televizní zprávy - psychický nátlak?* Vyd. 1. Praha: Argo, 1997. 149 s. ISBN 80-7203-160-0.
- VERNER, Pavel. *Zpravodajství a publicistika*. Vyd. 2., upr. a dopl. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského, 2010. 128 s. ISBN 978-80-86723-88-4.

## 9.2 Internetové zdroje

- ČESKO. Zákon č. 483/1991 Sb., České národní rady o České televizi. In Sběrka zákonů ČR, ročník 1991, částka 93. Dostupné na <<http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1991-483> > [cit. 6. 9. 2013]. ISSN 1211-1244